

Weekly 공감
2011.03.02 NO.99
gonggam.korea.kr
세계로 뻗는 신한류 물결
영파워 G20세대가 이끈다 P23~50
구제역 매몰지 종합지도 만들어 환경오염 사전에 막는다 P8~11
임채민 국무총리실장 "국민 선정 8개 중점과제 적극 개선" P18~19

구제역 2차 접종이 완료되었습니다

매몰지 침출수 오염이 없도록 모든 노력을 다하고 있습니다

1 민간 전문가와 함께 매몰지를 철저히 조사하고 있습니다

지질 • 환경 • 토목 분야 민간전문가가 참여한 40개 민관조사팀이 매몰지를 철저하게 조사하고 있습니다.

2 정비가 필요한 매몰지는 3월 말까지 보수공사를 마치겠습니다

민간 환경전문가 감시제, 주민신고제를 도입해 투명성과 신뢰도를 높이겠습니다.

3 침출수를 안전하게 처리해 지하수와 토양오염을 막겠습니다

우려스러운 매몰지의 경우, 침출수를 뽑아내 멸균 소독한 뒤 안전하게 처리하고 있습니다.

4 철저한 수질 관리로 전염성 질환이 발생하지 않도록 하겠습니다

매몰지 주변 지하수 관정 4000여 곳의 수질을 검사하고 안전한 물을 공급하겠습니다.

중앙재난안전대책본부 민관합동 TF 농림수산식품부 환경부 행정안전부 보건복지부 국토해양부 문화체육관광부 기획재정부

콘텐츠 강국 이끌 '신(新)한류'


조선DB

김영훈
한국문화산업교류재단 이사장
대성그룹 회장

한류가 이제 '신(新)한류'라는 이름으로 새로운 바람을 일으키고 있다. 그 중심은 한류 초창기 주역인 드라마가 아니라 아이돌 가수가 주축이 된 '케이팝(K-POP)'이라는 점에서 예전과는 사뭇 다르다.

더구나 그 전파 채널이 유튜브와 페이스북 등 소셜미디어라니 앞으로 한류가 전 세계인이 함께 즐기는 문화 아이콘으로 부상하는 것은 시간 문제가 아닐까. 한류 콘텐츠의 중심축이 케이팝으로 이동하면서 한류 수용층도 젊어지는 추세다.

한류는 1990년대 말 중국에서 시작된 이후 성장과 침체를 반복하면서 진화하고 있다. 지역적으로는 아시아를 넘어 중남미 등 다른 대륙으로 이어지고 있으며, 콘텐츠 장르도 드라마에서 케이팝으로, 그리고 한글과 음식, 패션 등 한국문화 전반으로 확대되는 중이다. 한류가 새롭게 재조명되고 있는 현 시점에서 한류 확대와 지속을 위해 몇 가지 제안을 해본다.

첫째, 연구개발(R&D)에 투자하자 한류 콘텐츠라면 흔히 드라마와 음악, 영화를 말한다. 이들 콘텐츠는 창작의 산물로 여겨지며, 번뜩이는 아이디어와 천재적 소질을 지닌 소수 감독이나 작곡가 등에 의해 단숨에 창조되는 것으로 생각하기 쉽다. 그러나 한류는 문화소비자들이 원하는 취향과 요구를 면밀히 연구하고 시대 흐름에 맞는 콘텐츠를 기획, 개발해 탄생시킨 R&D의 산물이다. 케이팝의 경우 더더욱 그렇다. '소녀시대'로 유명한 SM엔터테인먼트는 연간 20억~40억원을 R&D에 투자하고 있다. 현실에 안주하지 않고 선투자를 통해 늘 유행을 선도하고 있다.

둘째, 고객 관리 마인드를 가지자 품질이 좋은 제품도 소비자가 외면하면 결국 시장에서 도태되기 마련이다. 한류 콘텐츠도 이와 별반 다를 것이 없다. 특히, 한류 스타들이 존재하는 이유는 그들을 사랑하는 한류 팬이 있기 때문이다.

팬들과 소통하고 그들과 자주 어울릴 수 있는 기회를 넓혀야 한다. 많은 한류 스타가 팬사인회 혹은 관련 이벤트를 통해 팬들과 반짝 만남을 가지고 있지만, 팬들의 갈증을 해소하기에는 턱없이 부족하다. 한류 지역에서 팬들과 함께 공유할 수 있는 다양한 프로그램을 수시로 기획하고 추진함으로써 그들로부터 받은 관심과 사랑을 돌려주기 위한 노력을 병행해야 할 것이다.

셋째, 콘텐츠 제작자에 주목하자 한류의 중심에는 늘 탤런트, 영화배우, 가수 등 한류 스타들이 있다. 한류 역사를 되짚어볼 때 숱한 한류 스타들이 탄생했다 사라짐을 반복하고, 결국 남는 것은 콘텐츠였다.

우수한 콘텐츠를 생산하는 제작자에 주목할 필요가 있다. 그들이 고품질의 콘텐츠를 완성하고 지속적으로 시장에 제공할 수 있도록 최적의 제작 환경을 조성해야 한다. 즉 콘텐츠의 거래 구조를 선진화시키고 저작권 보호를 위한 방안이 마련됨으로써 수익이 콘텐츠 생산에 재투자될 수 있도록 해야 할 것이다.

앞으로 한류가 어떤 방향으로 발전할 것인지, 그리고 무엇이 한류를 주도할 콘텐츠가 될지 분명하지 않다. 그러나 명심해야 할 것은 '황금알을 낳는 거위' 이야기처럼 신한류 붐에 편승해 단기간 큰 수익을 얻고자 거위 배를 가르는 행위를 해서는 절대 안 된다는 것이다.

묵묵히 한류 콘텐츠를 만들고, 이를 세계에 알리기 위해 힘쓰고 있는 현장 일꾼들을 기억하자. 그리고 이들을 응원해 콘텐츠 업계의 신바람이 신한류 확산에 순풍 역할을 할 수 있기를 기대해 본다. G

Contents

2011.03.02 NO.99 통권 200호
http://gonggam.korea.kr



표지 이야기
과거 드라마가 주도했던 '한류'가 이제는 G20세대인 아이돌 그룹이 주도하는 '신한류'로 진화했다. 사진은 신한류의 선두에 있는 그룹 '소녀시대'. 사진 · 연합

발행일 2011.03.02
발행처 문화체육관광부
발행인 정병국
제작협력 조선뉴스프레스
인쇄제본 (주)타라티피에스
문의 02-3704-9668
정기구독 02-2625-3294

〈Weekly 공감〉에 수록된 내용은 정부의 견해와 일치하지 않을 수도 있습니다.

알림 이 책을 펼치면 오른쪽 윗부분에 시각장애인을 위한 음성 변환 바코드가 인쇄돼 있습니다.

이 잡지는 문화체육관광부가 정부 정책을 빠르고 쉽게 알리기 위해 무료로 배포하는 주간지입니다.



일러스트 · 유현호





시각장애인을 위한 음성변환 바코드

mcst.go.kr 문화체육관광부

기획특집

지금 지구촌은 신한류와 연애중

한류가 G20세대 주축의 '젊은 한류'로 업그레이드되고 있다. 유튜브와 트위터 물결을 탄 한국 아이돌그룹 '뮤비'에 세계의 젊은이들이 열광하고 한국 드라마는 전 세계 안방극장에서 '팬심'을 적시고 있다. 요리며 패션, 스포츠 무대까지 휩쓰는 젊은 한류는 역동적 매력을 들여다 본다.



〈Weekly 공감〉 **편집실**(gonggam@korea.kr) **홈페이지**(gonggam.korea.kr) **대한민국 정책포털 공감 코리아**(www.korea.kr) **정책공감**(blog.daum.net/hellopolicy) **청와대**(www.president.go.kr) 등에 올라온 독자의 편지와 댓글입니다.

[98호를 읽고]

당찬 한국의 모습에 행복감 밀려와

“기획특집 ‘글로벌 성과와 과제’를 통해 글로벌 무대에서 주목받고 있는 한국의 모습을 잘 봤습니다. 지구촌을 제 집처럼 활보하며 한국인의 위상을 드러낸 것이 자랑스럽습니다. 인류의 행복을 추구하는 데 앞장서고 있는 당찬 한국인의 호기에 행복감이 밀려옵니다. 우리의 국격을 드높이기 위해 더 많은 공헌과 대외원조를 늘려 가길 바랍니다.” **김정화**

양질의 성장 이룬 쾌거 감격스러워

“원조받다가 원조하는 최초 국가로 발돋움한 우리나라가 자랑스럽기 이를 데 없습니다. 우리나라는 보릿고개의 가난을 씻어내고 눈부신 경제성장을 일궜습니다. 이명박 정부 출범 후, 굵직한 국제행사를 개최하고 무상원조 부문까지 양적 · 질적 성장을 이루어낸 쾌거가 감격스러울 따름입니다.” **박명선**

국내 경제영토는 무려 세계 60퍼센트

“대한민국의 국토는 세계 0.1퍼센트에 불과하지만 경제영토는 60퍼센트에 이른다는 사실이 놀랍습니다. 활발한 FTA 협상으로 수출길을 넓혀 온 현 정부의 성과에 박수를 보냅니다. 이로 인해 우리 국민의 자존심을 높이고 거침없이 발전하는 경제 원동력이 될 것이라는 밝은 희망을 갖게 합니다.” **권민영**

재능만으로 세계 평화에 이바지해

“팝페라 테너 임형주씨의 기사를 흥미롭게 읽었습니다. 한국인 최초이자 세계 최연소로 UN ‘평화메달’을 받았다는 사실이 저 또한 대한민국 국민으로서 기쁩니다. ‘노래’라는 자신의 재능만으로 세계 평화에 이바지할 수 있다는 사실도 놀랍네요. 앞으로도 임형주씨 같은 젊은이들이 많이 나오기를 기대합니다.” **구선미**

이 기사, 아쉬워요

박경숙 “도서 구입 정보까지 꼼꼼히 알려주세요”



기획특집 ‘중남미 · 아프리카에도 한류는 흐른다’ 기사에서 문화부 해외문화홍보원에서 최근 출간한 〈문화의 날개로 한국을 싣고〉라는 책을 기사에 소개했는데요. 책이 비매품인지, 시판용인지, 어디에 문의하면 구입하거나 볼 수 있는지 좀 더 자세한 내용이 있으면 좋겠습니다.

공감코리아 정책기자단(1963년생, 경기 남양주시 가운동)

전흥진 “피해 지역민들의 목소리도 담았으면”



연일 뉴스에서 보도되는 구제역 침출수 관련 기사를 소개한 것은 좋았지만, 국민들이 직접 공감할 수 있는 지역민들의 목소리가 빠져 있어서 아쉬웠습니다. 피해 지역의 지역민들이 이제는 정말 안심할 수 있다고 느끼는지에 대한 의견도 있으면 더 좋았을 것 같네요.

공감코리아 정책기자단(1960년생, 서울 마포구 망원1동)

강윤지 “좀 더 친근한 시각에서 다뤄줬으면”



기획특집 ‘글로벌 세상에 우뚝 선 코리아’ 기사는 달라진 우리나라의 위상에 대해 다루고 있는데요. 지나간 G20을 단순히 정리하기보다는 좀 더 친근한 시각에서 바라본 우리나라 곳곳의 모습을 다뤄줬다면 더 좋았을 것 같습니다.

공감코리아 정책기자단(1988년생, 서울 서초구 서초1동)

김수현 “구체적인 이야기 더 넣었으면”



국제구호활동가 한비야님의 기사가 아쉬웠습니다. 한비야님의 다양한 활동이나 무엇보다 무엇이 내 가슴을 뛰게 하는지 좀 더 집중적으로 조명해서 이야기를 담았으면 어땠을까 하는 생각이 듭니다.

공감코리아 정책기자단(1986년생, 부산 중구 보수동3가)

알립니다

현금영수증 가맹점 스티커 공모합니다



국세청에서는 현금영수증 발급의무 가맹점 스티커 디자인과 현금영수증 발급권장 문구를 공모한다. 누구나 쉽게 이해할 수 있는 이미지를 표현하거나, 현금영수증 사용 활성화를 유도하는 주제의 문구를 제출하면 된다.

접수 기간 | 3월 11일까지
결과 발표 | 3월 21일 예정
지원 혜택 | 디자인, 권장문구 두 분야로 나누어 시상(대상, 우수상, 장려상 외, 상금 7백여만원)
접수 방법 | 참가신청서, 작품설명서, 작품이미지(CD) 각 1부씩 제출
온라인제출 현금영수증 홈페이지(www.taxsave.go.kr)에 콘텐츠 업로드할 수 있도록 별도 페이지 제작하여 운영
우편제출 작품 내용이 담긴 CD 1매와 작품출력물을 함께 국세청에 우편 제출

국세청 전자세원과 ☎ 02-397-7588~9 www.taxsave.go.kr

제3기 코리아브랜드넷 콘텐츠기자단 모집

국가브랜드위원회는 대한민국과 관련한 흥미로운 콘텐츠를 발굴하고 제작할 '코리아브랜드넷 콘텐츠기자단'을 모집한다. 국적과 연령, 학력에 제한 없이, 국가브랜드에 관심이 많은 사람이면 누구나 지원할 수 있다.

접수 기간 | 3월 16일까지
접수 방법 | 서류 양식을 코리아브랜드넷(www.koreabrand.go.kr)에서 다운받아 작성 후 이메일 접수(contentopia@koreabrand.go.kr)
결과 발표 | 3월 25일 개별통보 및 코리아브랜드 홈페이지(국문) 게재
지원 혜택 | 소정의 콘텐츠 제작 사례비와 수료증 지급. 우수 활동 인원에게는 국가브랜드위원회 위원장(장관급) 명의 표창 수여

코리아브랜드넷 콘텐츠기자단 제3기 모집 운영사무국 메일 문의(mojj@thinkcontest.com)

바로잡습니다 98호 41페이지 '기록으로 본 청와대 3년'의 내용 중 '2011년 2월 18일 현재까지 팔로워 수는 47만명'을 '2011년 2월 18일 현재까지 팔로워 수는 4만7천여명'으로 바로잡습니다.

공감퍼즐

1		2			
3	4			5	
			6		
	7	8			
		9			

빈칸의 답을 '공감퍼즐 몇 호'라는 제목과 함께 주소, 전화번호를 적어 3월 8일까지 jjsmall@korea.kr로 보내주시기 바랍니다. 추첨을 통해 문화상품권을 보내드립니다.
아이폰 〈정책투데이〉 앱에서도 응모하실 수 있습니다.

가 로

2. 대한민국의 드라마, 영화, K-POP, 한식, 패션 등에서 나타난 사회 흐름. 아시아를 비롯해 전 세계에서 인기몰이에 한창이죠.
3. 어젠 월요일, 내일은 수요일, 오늘은?
6. 원래는 '우상'이라는 뜻으로, 청소년에게 큰 인기를 얻는 가수를 말하죠..
7. 장교. OO생도. 해군OO학교.
9. 휴대용 PC.

세 로

1. 일이나 사물 따위가 점점 발달하여 감. 생물이 생명의 기원 이후부터 점진적으로 변해 가는 현상. "점점 OO하고 있는 한류."
2. 한국과 일본.
4. 요리를 전문으로 하는 사람.
5. 마크 주크버그가 창설한 세계 최대의 소셜 네트워크 서비스. 한류가 이 기류를 타고 전 세계로 퍼져나가기도 했죠.
8. 옛날 관가에 속해 있던 노비.

〈Weekly 공감〉 97호(2월 16일자) '공감 퍼즐' 정답

가로 **1** 원조 **3** 인재 **5** 도움닫기 **7** 서약 **9** 가온차트
세로 **2** 조인 **4** 재도약 **6** 기반 **7** 서예가 **8** 쇼트

〈Weekly 공감〉 97호 '공감 퍼즐' 당첨자

김효철 · 경기도 하남시 초이동
박서영 · 경기도 안양시 동안구
유원영 · 충북 청원군 강외면
정향자 · 경남 진주시 강남로
전홍갑 · 전북 전주시 완산구

지방자치의 블루오션과 창조경영

이석형 前 함평군수


조선DB

함평군은 어떻게 나비로 돈을 벌 생각을 했을까요? 함평은 노인인구가 30퍼센트 넘는 초고령 사회입니다. 귀향하는 사람도 거의 없습니다. 지역을 대표하는 유명인물도 없고, 심지어 특산물도 없습니다.

그렇다면 함평에 맞는 콘셉트는 뭘까? 1998년 7월에 함평군수로 첫 취임을 한 저는 고민에 빠졌습니다. 저는 KBS 피디 시절에 '나비' 다큐멘터리를 다룬 적이 있습니다. 나비를 통해 친환경 이미지를 제고하고, 어린이들을 위한 생태 체험 학습의 장을 만들면 새로운 관광상품이 만들어지지 않을까 생각했습니다.

그런데 처음에는 사람들이 관심을 가져 주지 않았습니다. 저는 나비 전도사가 되어 고군분투했습니다. 공직자, 의원, 군민들을 만나서 나비축제의 필요성에 대해 이야기했습니다.
1999년 5월 5일 세계 최초의 나비축제가 만들어졌습니다. 인기는 대단했습니다. 축제가 10회째를 맞이했을 때 함평군은 세계 최초로 '나비 곤충 엑스포'를 개최했습니다. 엑스포가 열리자 세계 곳곳의 관광객과 국내외 곤충학자들이 참여했고, 성공적으로 대회를 치렀습니다.

나비축제 이후에도 저는 또 다른 블루오션과 창조경영에 대해 많은 고민을 했습니다. 그러던 차에 황금박쥐가 세계에 20만~30만 마리밖에 남아 있지 않다는 이야기를 들었습니다. 때마침 함평 지역에 황금박쥐 60여 마리가 발견됐습니다.

저는 주민들에게 황금박쥐를 보물로 만들기 위해 사유지를 보호구역으로 양보해 줄 것을 부탁했습니다. 모든 주민이 동의를 해 주었고 생태보호구역이 만들어졌습니다. 그리고 세계에서 가장 큰 순금으로 된 황금박쥐 조형물을 세웠습니다. 오늘날 황금박쥐 조형물은 함평군민들의 자부심이 되었습니다.

저는 '돈 없다' '권한 없다' '제도가 안 된다'고 탓하지 말고 '돌파 하자'고 이야기합니다. 애정을 갖고 관심을 갖기 시작하면 뜻은 이루어집니다. 이제는 지방의 시대, 풀뿌리 민주주의의 시대입니다. 민주주의가 잘 뿌리를 내려서 작은 정부들이 제각기 색깔을 갖고 정체성을 가진다면 이것이야 말로 선진국으로 나아가는 길이라고 생각합니다.

정리 · 이미령 인턴기자



서울 G20 정상회의를 계기로 2010년 10월 1일부터 29일까지 열린 대(對)국민 강연 '대한민국 선진화, 길을 묻다'의 내용을 '공감코리아(www.korea.kr)'에서 발췌 요약해 연재합니다. 자세한 강연 내용은 '100년 전 대한제국 100년 후 대한민국'(마리북스 간)을 통해서도 만나보실 수 있습니다.

공감마당

1. 가장 관심 있게 읽은 기사와 그 이유
2. 지난주 기획특집에 대한 의견
3. 〈Weekly 공감〉에서 다뤘으면 하는 내용

김경섭 인천시 부평구 산곡2동

1. 강원도 출신으로 평창 동계올림픽 유치에 관심이 많았습니다. 이번에 '중점기획-평창의 꿈'을 읽으며 세계적인 대회를 유치하기 위해 민관이 같이 힘을 모아 애쓰는 모습을 보았습니다. 이번에는 평창에서 대회가 열리길 간절히 바랍니다.

2. 얼마 전 모 신문에서 현 정부에 대한 여론조사 결과 국외 활동이 우수했던 걸로 나왔다는 기사를 봤습니다. 이번 기획특집 '글로벌 성과와 과제'를 통해 대한민국의 구체적 활동상을 다시 한 번 확인하니 가슴이 뿌듯했습니다.

3. 우리나라 각 고장의 특산품을 연결해 사고파는 '공감 시장' 코너를 마련했으면 합니다. 이를 통해 생산자와 소비자가 안심하고 저렴하게 특산품을 구입할 수 있었으면 좋겠습니다.

황의범 충북 청주시 흥덕구 개신동

1. 'IOC 조사평가단의 평창 현지실사' 기사를 관심 있게 읽었습니다. 실패에 좌절하지 않고 꼼꼼히 준비된 평창을 보며 강한 한국인의 의지를 느꼈습니다. 이번에는 대통령이 직접 실사현장을 방문함으로써 평창에 동계올림픽이 유치될 수 있도록 강한 의지를 보여줬다고 생각합니다.

2. '중점기획-평창의 꿈'을 읽으며 실패라는 큰 역경을 '기회'로 만든 평창을 봤습니다. 국민의 바람이 꼭 IOC에도 전달되었으면 하는 생각을 가졌습니다. 한국의 인지도와 호감도를 높이기 위해 최근 정부에서 많은 노력을 하고 있는데, 평창의 장점을 잘 살려 함께 소개한다면 윈윈전략이 되지 않을까 생각합니다.

3. 많은 분이 요즘 공무원시험 준비에 한창입니다. 공무원 직무에 대한 소개와 좋은 점, 아쉬운 점 등을 기사로 보았으면 좋겠습니다.

독자의견

〈Weekly 공감〉은 독자 여러분께 더욱 가까이 다가가기 위해 귀한 의견을 듣고자 합니다. 여러분이 보내주신 의견은 〈Weekly 공감〉 제작에 소중하게 반영하겠습니다. 아래의 설문에 의견을 적어 주소, 전화번호와 함께 3월 3일(목)까지 gonggam@korea.kr로 보내주십시오. '공감마당'에 의견이 게재된 분에게는 3만원 상당의 문화상품권을 보내드립니다.

1. 이번 주에 실린 기사 중 가장 관심 있게 읽은 기사와 그 이유를 적어주십시오.
2. 이번 주 기획특집에 대한 의견을 적어주십시오.
3. 〈Weekly 공감〉에서 다뤘으면 하는 내용을 적어주십시오.

2010 대한민국 공익광고제 수상작



비워야 피어나는 녹색 에너지

지금도 사용하지 않는 플러그가 콘센트를 가로막고 있진 않나요?
막고 있는 것은 콘센트 뿐만이 아닙니다. 자연이 피어날 자리를 막고 있습니다
사용하지 않는 플러그를 뽑으면 한 달에 약 1kg의 이산화탄소가 줄어듭니다
조그만 관심으로 자연이 자라날 환경을 마련해 줄 수 있습니다
지금 콘센트를 확인하세요!

kobaco
한국방송광고공사 | 공익광고협의회

‘매몰지 종합지도’ 만들어 오염 막는다

맹형규 대책본부장 “IT기술 총동원 철저히 관리”… 강우 대책도 함께 마련

구제역 매몰지에 대한 대응이 본격화했다. 관련 부처 공무원과 민간 전문가들로 구성된 전담팀을 구성하고 매몰지에 대한 첨단 데이터베이스도 구축하고 있다. 매몰지 보강공사엔 정부의 전문인력을 투입하기로 했다. 관리부실로 인한 피해를 철저히 차단한다는 방침이다.



조선DB

정부는 매몰지의 경고표지판을 추가 설치하는 등 방역의 고삐를 늦추지 않고 있다.

“확실한 근거 없이 글 올린 것에 대해서 송구스럽게 생각하고 결과에 따른 어떠한 것도 확실하지 않은 상태에서 내 뜻대로 까페에 올려서 이슈가 되었다는 점 죄송스럽게 생각합니다.”

네티즌 A씨가 인터넷 카페 게시판에 올린 글이다. 도대체 무엇을 잘못한 것일까.

사건의 발단은 이랬다. 지난 2월 21일이었다. 트위터를 통해 괴소문이 빠르게 퍼지고 있었다. 김포의 한 회사에 설치된 수도꼭지에서 돼지 핏물이 나왔다는 내용이었다. A씨가 인터넷 게시판에 올린 글을 트위터안들이 퍼 나르고 있었던 것이다.

중앙재난안전대책본부는 사태를 파악하고 즉시 사실확인에 나섰다. 박성권 김포시 부시장과 수도사업소 관계자가 동행했다. 검사 결과 수도꼭지에서 나온 붉은 물의 정체는 침출수가 아니라 녹물일 가능성이 높은 것으로 나타났다.

수도사업소는 정확한 검사를 위해 샘플을 채취해 갔고 결과를 알려주기로 약속했다. A씨는 게시판을 통해 자신의 잘못을 인정하고 사과의 뜻을 전했다.

사태파악에서 사실확인까지 전 과정을 담당했던 팀이 있었다. ‘매몰지 관리지원팀’이다. ‘김포 사건’이 일어난 2월 21일에 구성됐다. 첫날부터 발 빠른 활약을 한 셈이다.

최고 전문가 모인 ‘차단벽 드림팀’ 구성

구제역 가축 매몰지 관리에 대한 정부의 대응이 본격화하고 있다. 지난 2월 15일 발표한 ‘가축 매몰지 관리 종합대책’을 추진하고 있는 것이다. 매몰지 관리지원팀의 구성도 종합대책의 일환이다.

이 팀은 구제역 가축 매몰지 침출수 관리 등 구제역 사후조치를 범정부적으로 지원하기 위해 발족했다. 보건복지부, 국토해양부, 문화체육관광부, 환경부, 농수산식품부, 행정안전부 등 6개 부처의 전문 공무원 24명이 참여하고 있다. 총괄팀장은 신종인플루엔자 유행 당시 실무를 총괄했던 권준욱 보건복지부 질병정책과장이다.

민간 전문가들이 대거 참여한 자문단도 운영한다. 객관적이고 과학적인 정보를 전달하기 위해서다. 미생물 전문가인 김의종 대한감염학회장(서울대 의대 교수), 지반과 구조 전문가인 김수삼 토

지주택연구원장, 전염병 전문가인 이중복 건국대 수의과대학 교수 등 각 분야의 전문가 23명이 참여하고 있다.

매몰지에 대한 체계적인 관리를 위한 첨단 시스템도 구축하기 시작했다. 최첨단 IT기술을 활용한 '매몰지 종합정보지도 시스템'이 그것이다. 이 시스템은 말 그대로 국토해양부, 농림수산식품부, 환경부, 행정안전부, 산림청 등에 분산돼 있는 각종 정보를 통합 연계한 데이터베이스다. 정부는 상반기 안에 이 시스템의 구축을 완료할 계획이다.

종합정보지도에 담기는 정보는 방대하다. 매몰지 위치, 가축 종류, 두수 등 매몰 당시의 정보는 기본이다. 매몰 이후에 발생한 일과 이에 대한 조치도 기록된다. 각 부처가 보유하고 있는 지질도, 수문지질도, 토양도, 행정주제도, 산림입지도, 수질정보 등을 통합해 종합적이고도 입체적인 매몰지 정보를 구축하고 관리한다는게 목표다.


조선DB
가축 매몰지에 대한 범정부적 대응이 실시되고 있다. 침출수로 인한 피해를 차단하는 게 목표다. 멸균 처리를 위해 침출수를 뽑고 있는 장면.

종합정보 시스템은 다방면의 활용이 가능할 것으로 기대된다. 일단 현장을 한눈에 파악할 수 있다. 지하수의 분포와 방향, 하천과의 거리, 마을과의 거리, 지하수의 관정 위치 등 매몰지 주변의 정보를 제공하기 때문이다. 매몰지를 통합적으로 관리하는 것이 용이해지는 셈이다.

'매몰지 관리 시스템'으로 민원 발생 사전에 차단

침출수 유출로 인한 환경오염을 사전에 차단하는 데에도 요긴하다. 매몰지 주변의 토질, 토양의 깊이, 암석의 종류와 분포 등 정확한 지질정보를 활용할 수 있기 때문이다.

매몰지와 관련한 민원을 미연에 방지하는 효과도 있다. 가축전염병 예방법에 따르면 매몰지는 3년 이내에 다른 용도로 사용할 수 없다. 건축물이나 도로가 들어설 수 없다.

하지만 매몰지에 대한 정보를 인허가 담당 공무원이 쉽게 파악하지 못하면 잘못된 인허가를 내줄 우려가 있다. 종합정보 시스템을 이용하면 해당 토지가 매몰지인지를 간단히 파악할 수 있어서 매몰지의 잘못된 사용에 따른 민원이 발생할 소지를 사전에 차단할 수 있다.

맹형규 중앙재난안전대책본부장은 "이번 구제역은 전국에 걸쳐 대규모로 발생하여 4천개 이상의 매몰지를 관리해야 하는 만큼 세계 최고 수준의 우리나라 IT기술을 총동원, 매몰지 관리를 철저히 할 것"이라며 "수질이나 토양 오염이 발생하지 않도록 선제적으로 대응할 것"이라고 밝혔다.

정비가 필요한 매몰지의 보강공사엔 국토해양부 소속의 기술전담반을 투입하기로 했다. 기술안전, 지하수, 수자원을 담당하는 공무원과 한국시설안전공단, 한국수자원공사, 한국도로공사, LH공사, 건설기술연구원의 전문인력 40명으로 구성됐다.

설계에서 시공, 유지관리까지 매몰지 정비와 보강공사의 전 과정에 대한 자문과 지원을 제공한다. 특히 매몰지의 유실과 침출수 유출을 막는 옹벽과 차수벽 공사를 적극적으로 지원하기로 했다. 주요 현장에 상주하면서 활동할 계획이다.

강우 대비도 시행하고 있다. 빗물이 매몰지에 스며들지 않게 조치를 취하도록 해당 지방자치단체에 지시했다. 매몰지에 빗물이 들어가면 침출수가 유출될 가능성이 높기 때문이다.

먼저 배수로와 집수로를 정비하고 비닐을 충분히 확보해 비가 오면 매몰지를 비닐로 덮을 수 있도록 했다. 또 매몰지 주변의 성토도 보완해 매몰지가 유실되거나 붕괴되지 않도록 철저한 관리를 당부했다.

매몰지 출입 관리도 지방자치단체에 요청했다. 우선은 방역의 필요성 때문이다. 구제역 발생이 줄어드는 추세이기는 하지만 아직 2차 백신이 끝나지 않았다. 접종 후 1주일이 지나야 항체가 생긴다는 점을 고려하면 당분간 전과 다름없는 철저한 방역이 필요하다.

매몰지의 출입을 막는 시설도 설치한다. 매몰지를 쉽게 알아볼 수 있도록 경고표지판을 추가로 만들고 야생동물이나 어린이의 접근을 막기 위한 울타리도 세울 계획이다. G

글·변형주 기자

구제역 청정 경기도 광주처럼…

‘구연산 유산균’ 보급 예방 철저… 경북 예천 ‘매몰지 관리’ 모범

구제역 발생 4개월 동안 전국의 많은 지역이 피해를 입고 있지만 구제역과의 전쟁에서 선전을 펼치고 있는 반가운 소식들도 전해지고 있다. 매몰지 침출수가 또 다른 근심거리가 되고 있는 가운데 철저한 매몰지 관리로 모범이 되고 있는 곳도 있다.

이번 구제역 확산으로 인한 전국 최대 피해지역은 경기도다. 이런 경기도 내에서 꿋꿋하게 구제역 청정지역을 유지해 온 곳이 광주시다.

광주시는 인접한 이천시에서 돼지 98퍼센트가량이 매몰되는 막대한 피해가 발생했음에도 불구하고 2월 25일 현재 구제역으로부터 청정한 지역을 유지하고 있다.

광주시



조선DB



구제역 소독에 사용되는 유산균 복합제를 개발한 경기도 광주시 농업기술센터(왼쪽 사진). 경북 예천군은 구제역 가축 매몰지의 침출수 배출관과 저류조를 고무호스로 연결해 침출수가 땅을 오염시키는 것을 방지했다.

광주시의 청정지역 유지 비결은 철저한 방역과 함께 자체 개발한 구연산 혼합 유산균 덕분이다. 광주시 농업기술센터 친환경 미생물 배양실에서 개발한 이 유산균 복합제 덕분에 광주시에서는 4백62곳 축산농가에서 키우는 한우 4천7백66마리, 젖소 1천4백91마리, 돼지 1천2백77마리를 무사히 지켜내고 있다.

이 유산균 복합제는 구제역 바이러스가 산에 매우 약해 산도 6.0 이하에서는 불활성화되는 점을 활용해 개발됐다. 기존의 구제역 소독제 역시 높은 산도를 띠지만 가축이 섭취할 수 없는 화학제품이어서 정작 구제역 감염의 주요 경로 중 하나인 가축 사료나 음수를 소독하기 어렵다는 단점이 있다.

전남·울산은 외부인·차량 무단출입 통제

이런 점에 착안, 광주시는 가축이 먹을 수 있는 유산균에다 높은 산도를 유지할 수 있는 구연산을 혼합해 새로운 유산균을 개발했다.

광주시 농업기술센터는 지난해 12월 말부터 모든 우제류 농가와 조류사육 농가에 유산균 복합제를 보급하고 있으며 다른 시·군에도 유산균 복합제 관련 정보를 제공하고 있다.

이 밖에 외부인·차량의 농장 무단출입을 철저히 통제하며 사투를 벌이고 있는 전남과 울산시도 구제역 청정지역을 유지해 축산 산업의 희망의 불씨가 되고 있다.

한편 구제역 초기 발생지역인 경북 예천군은 매몰지 관리에서 모범이 되고 있다.

지난해 12월 5일 구제역이 처음 발생한 예천군은 지금까지 모두 3만7천여 마리의 가축을 매몰처분했으나 1백9개 매몰지 어디에서도 문제가 발생하지 않았다. 예천군은 최근 중앙재난안전대책본부 구제역 대책 영상회의에서도 모범사례로 소개됐다.

예천군의 매몰지 관리가 남다른 점은 크게 세 가지다. 우선 환경부의 매몰 매뉴얼을 철저하게 지켰다. 깊이 5미터, 바닥면 가로·세로 4미터, 지면 가로·세로 5미터로 사다리 모양 구덩이를 팠고 사체의 높이를 2미터 넘지 않게 쌓았다. 매몰 가축 수가 많은 곳에는 침출수관, 가스배출관 등을 추가로 설치했다.

여기에 생균제를 써서 악취를 잡고 사체의 분해속도를 앞당겼다. 예천군 농업기술센터가 개발한 광합성 미생물 등 6종과 대전 우송대학에서 보급받은 지방분해용 미생물 등 미생물 7종을 사체 더미에 뿌린 뒤 매몰했고, 매몰 후에도 가스배출관 등을 통해 수시로 뿌려줬다.

매몰지 사후 관리도 잊지 않았다. 예천군은 구제역 발생 이후 매몰지 사후관리팀을 만들어 작업이 끝난 매몰지를 다음 날 다시 찾아 배수로나 침출수관, 비닐 덮기 등을 마무리했다. 구제역은 피할 수 없었더라도 또 다른 재난만큼은 잘 막은 것이다. G

글·박경아 기자

이주호 국립수의과학검역원장

"청정국 회복할 때까지 방심은 금물"

구제역 발생이 멈춘 것은 큰 다행이지만 안심할 단계는 아니라고 이주호 국립수의과학검역원장은 강조했다. 백신접종 후 사후 관리가 청정국 회복의 관건이므로 전과 다름없는 철저한 방역을 유지해야 한다는 설명이다.

지난해 말 경북 안동에서 시작된 구제역 사태가 발생한 지 석 달이 지났다. 구제역이 해를 넘겨 확산되자 정부는 1월 13일 전국 백신 접종 카드를 꺼냈다. 2월 24일 현재 소는 3백54만 마리 중 3백52만 마리(99.6퍼센트), 돼지는 8백15만 마리 중 7백99만 마리(98.0퍼센트)에 대한 2차 접종을 완료하였다.

지난 2월 18일 경북 청도와 충남 태안에서 구제역이 발생한 이후 추가 발생한 지역이 없는 것으로 보아, 2월 말까지 소·돼지의 2차 백신접종이 끝나면 3월 초쯤에는 구제역 파동이 진정국면에 들어설 것이란 조심스런 전망이 나오고 있다.

백신접종 확대에 따라 구제역 발생이 다소 꺾이는 양상을 보이고 있는 것은 다행이다. 하지만 석 달 동안 누적된 피로와 백신에 대한 과신으로 방역상 허점이 나오지 않을까 우려된다.

언론의 관심도 매몰지 주변의 2차 환경오염 문제 및 피해 농가의 재기와 복구 등에 쏠리고 있다. 구제역과의 사투(死鬪)는 아직도 진행 중임을 잊지 말아야 한다. 그간의 기술행정 및 현장 경험을 바탕으로 백신접종 후 사후 관리 시 축산농가를 비롯해 국민 여러분의 적극적인 협조를 당부드린다.

피로와 백신 과신으로 방역 허점 생길까 우려

구제역 백신은 감염된 가축에 대한 치료제가 아니라 바이러스 증식을 억제해서 발병을 완화시키고, 이미 감염된 소·돼지의 바이러스 배설량을 감소시켜 전파를 막아주는 예방약이다. 그러나 구제역 예방접종 후에도 항체가 형성되기 전에 구제역 바이러스가 침입하면 구제역이 발생할 수 있다. 백신접종 후에 다량의 바이러스가 침입할 경우 감염 자체를 막지는 못하기 때문이다.

또한 일부 면역이 획득된 소의 경우 바이러스에 노출되면 임상증상이 나타나지 않으나 재감염이 일어나 보균동물(carrier)이 되어 지속적으로 바이러스를 배출할 수 있다. 백신접종 개체가 장기간 전염원으로 작용하는 문제점 때문에 현재 대부분의 선진국은 이동제한과 매몰처분 방법으로 이 병을 근절시키는 것을 방역의 기본 정책으로 채택하고 있는 것이다.

백신을 접종하지 않고 매몰처분 정책을 취할 경우 종식은 바이러스의 소멸을 뜻하지만 전국에 걸쳐 백신접종을 진행해 바이러스의 완전 소멸을 단정하기 어려워졌다. 특히 구제역 바이러스가 전국에 광범위하게 오염되어 있는 만큼 정부에서는 6개월 후 3차 접종까지 실시할 계획이다. 백신 효과와 구제역 발생상황을 고려하여 판단할 사항이나 대만 등 백신을 접종한 국가의 사례를 볼 때 향후 2~3년간 백신접종이 필요하다는 전문가들의 의견이 많다.

2월 21일까지 공무원, 군인, 경찰, 민간인 등 매몰처리 및 방역초소에 동원된 인력이 1백61만명, 매몰처분된 가축은 약 3백40만 마리에 달한다. 방역의 기술적 지원을 담당하는 국립수의과학검역원의 장으로서 국민들에게 죄송하고 안타까운 마음을 금할 길이 없다.

사후관리 실패한 97년 대만의 사례 잊지 말아야

구제역 방역 프로그램이 성공하기 위해서는 중앙정부와 지자체 및 축산단체·농가 모두 합심하여 적극적으로 대처하여야 한다. 이제 방역당국은 전국적 백신접종이라는 카드까지 동원하여 확산방지와 근절을 위한 작전에 돌입하였다. 백신은 예방약일 뿐 만병통치약이 아니기에 백신접종 전에 못지않은 방역 수준을 유지하는 것이 중요하다.

97년 대만의 구제역 발생과 청정화 실패는 돼지의 백신접종 때문이 아니라 사후관리 실패 때문이다. 축산농가에서는 '내 농장은 내가 지킨다'는 철저한 방역의식을 가지고 소독 및 외부인 차량 통제 등 농장을 지키기 위한 노력을 게을리하지 않기를 바란다. 정부는 이동통제 초소 운영 및 소독 등 철저한 차단방역을 실시하고, 정기적으로 임상증상을 관찰·정밀검사를 실시하여, 구제역 감염가축을 색출하는 등 사후관리에 만전을 기할 것이다.

구제역 종식과 청정국 회복이라는 '유종지미(有終之美)'를 거두는 그날까지 정부와 축산농가, 국민 모두 위기의식을 가지고 마지막까지 초심을 유지해야 한다.



오늘도 질병과 싸우면서 묵묵히 축산농장에서 소독 등 방역에 땀 흘리는 축산농가 여러분께 다시 한 번 감사와 격려를 보낸다. G

유럽의회, 한·EU FTA 동의안 통과

대한민국 비준만 남았다

유럽의회가 한·EU FTA 동의안을 통과시켰다. 압도적인 찬성이었다. 우리 국회만 통과하면 한·EU FTA가 발효된다. 중국에 이어 한국의 2대 교역국인 EU와의 FTA 체결은 장기적으로 GDP를 5.6퍼센트 끌어올릴 것으로 기대된다.



조선DB

한·EU FTA에 따른 관세 철폐로 전기·전자제품과 자동차 등 주력 수출 상품의 유럽 시장 진출이 더욱 확대될 전망이다. 독일에서 실시된 LG전자의 마케팅 장면.

"유럽의회 의원들이 심도 있고 혁신적인 한·EU 자유무역협정(FTA)을 분명하게 지지해 주어서 매우 기쁘다. 이 협정은 '이정표'적인 협정일 뿐만 아니라 EU가 다른 주요 통상 파트너와 이루고자 하는 바의 표본이 되는 협정이다."

카렐 데 휘흐트 EU집행위원회 통상담당 집행위원은 유럽의회가 지난 2월 17일(현지시각) 한·EU FTA 동의안을 압도적인 찬성으로 통과시킨 데 대해 환영의 뜻을 표했다. 개표 결과는 찬성 465표, 반대 128표, 기권 19표였다.

유럽의회가 비준 동의안을 통과시킴에 따라 사실상 FTA 발효를 위한 EU 측의 절차는 마무리됐다고 할 수 있다. 각 회원국 의회의 비준이 남아 있기는 하지만 조속한 시행을 위해 유럽의회의 동의만으로 FTA를 잠정발효할 수 있도록 했기 때문이다.

한·EU FTA가 발효되기 위해서는 이제 우리 국회의 비준만 남아 있는 상태다. 잠정발효 시점은 오는 7월 1일로 합의돼 있다.

수입보다 수출 늘어 무역흑자 확대

유럽의회의 표결을 하루 앞둔 2월 16일 협정 동의안 보고자인 영국의 로버트 스터디 의원은 "한·EU FTA는 양측이 윈윈 할 수 있는 자유무역협정이자 유럽 기업들에 기회를 열어주는 협정"이라며 "한·EU FTA에 동의하는 것은 '대단한 업적'이 될 것"이라고 동의를 촉구했다.

스터디 의원의 주장처럼 한·EU FTA는 EU는 물론 우리에게도

적잖은 이익을 안겨줄 것으로 기대된다. 먼저 경제적 효과가 만만찮다. 우리의 두번째 교역대상국이자 세계 최대의 단일경제권인 EU와의 교역이 더욱 활발해질 것이기 때문이다.

27개 국가가 회원국으로 있는 EU의 경제규모는 16조4천만 달러로 세계 경제규모의 28.3퍼센트를 차지하고 한국과 교역은 9백22억 달러로 전체의 10.3퍼센트를 차지한다.

대외경제정책연구원 등 국책연구원들이 합동으로 발표한 '한·EU FTA의 경제적 효과 분석'에 따르면 장기적으로 GDP는 5.6퍼센트 늘어난다. 후생은 GDP 대비 3.8퍼센트인 320억 달러 불어난다. 관세 철폐에 따른 가격하락과 소득증대 덕이다.

일자리 창출 효과도 크다. 단기적으로는 수출입의 증가에 따라 3만 명의 취업자가 증가한다. 자본축적과 시장개방의 영향으로 생산성이 향상된다면 장기적으로는 25만3천명의 고용을 창출하는 효과가 있다.

업종별로 보면 서비스업이 21만9천명으로 가장 많고 제조업이 3만3천명, 농수산업이 1천명으로 그 뒤를 잇는다.

무역수지도 개선된다. 수출이 25억3천만 달러 늘고 수입은 21억7천만 달러 증가한다. 수입보다 수출 증가액이 많아 무역흑자가 연평균 3억6천1백만 달러 확대될 전망이다. 가장 큰 수혜가 기대되는 업종은 제조업으로 흑자 규모가 향후 15년간 3억9천5백만 달러 늘어난다.

우리 기업의 EU 시장 점유율 상승에도 도움이 된다. 현재 유럽의 평균 관세율은 5.6퍼센트지만 우리의 주요 수출품에 대한 관세율은 이보다 높다. 자동차가 10퍼센트, TV 등 영상기기는 14%다. 합의에 따라 관세가 철폐된다면 우리 기업들의 가격 경쟁력이 향상됨으로써 점유율 확대로 이어질 전망이다.

외교안보 '전략적 동반자 관계' 공고해져

외교 안보적인 측면에서도 진일보하는 발판을 마련하는 계기가 된다. 외교통상부는 한·EU FTA의 경제적인 효과뿐만 아니라 "2010년 10월 6일 한·EU 정상회담 시 출범한 '전략적 동반자 관계'를 공고히 하는 데 기여하게 될 것"으로 기대했다.

유럽의회에서 한·EU FTA 비준 동의안이 통과되자 국내 경제단체들은 일제히 환영의 뜻을 발표하며 우리 측도 한·EU FTA의 발효를 위한 절차를 조속히 매듭지어야 한다고 요청했다.

전국경제인연합회(전경련), 한국무역협회, 대한상공회의소, 중소기업중앙회 등 42개 경제단체와 연구기관으로 구성된 FTA 민간대책위원회는 "한·EU FTA가 발효되면 여러 품목의 관세가 즉시 철폐돼 유럽 시장에서 우리 기업이 경쟁국보다 유리한 여건에서 경쟁할 수 있다"며 "한국에서도 기업들이 FTA를 적극 활용할 수 있도록 이른 시일 내에 FTA 동의안이 통과되고 정부도 제도적인 지원책을 마련해 줄 것을 기대한다"고 주문했다.

빛이 있는 곳에는 그늘이 있게 마련이다. 한·EU FTA도 사정은 마찬가지다. 제조업은 수혜가 예상되지만 농수산업과 서비스업 등은 피해가 예상된다. 정부는 다각적인 지원책을 수립·추진하고 있다.

먼저 협상 자체를 통해 피해 예상 업종에 대한 보호 장치를 두었다. 한·EU FTA가 상품뿐만 아니라 서비스, 투자, 지식재산권 등 무역관련 제반 분야를 망라하는 포괄적인 협정이지만 업종에 따라 개방 시기와 폭을 차별화한 것이다.

피해 예상 업종 다각적인 지원책 추진

공산품의 경우 발효 후 3년 이내에 한국은 95.5퍼센트, EU는 99.4퍼센트의 품목에 대한 관세를 철폐하고 7년 안에 모든 상품에 대한 관세를 없애기로 했다.

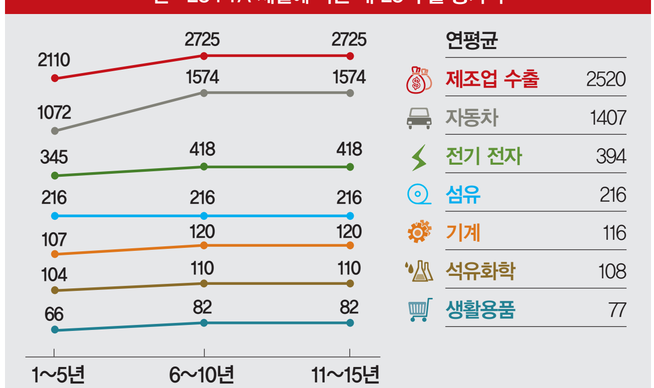
이에 비해 농산물은 비대칭적으로 개방한다. 한국은 1천4백49개 품목 가운데 42.1퍼센트인 6백10개 품목에 대해서만 관세를 즉시 철폐하는 반면 EU는 2천64개 품목 중 91.8퍼센트인 1천8백96개 품목의 관세를 즉시 철폐한다. 서비스와 투자 부문에선 공교육과 의료 등 공공성이 강한 분야는 개방하지 않고 법률, 회계, 세무, 금융 등은 단계적으로 빗장을 풀기로 했다.

피해를 볼 수 있는 업종에 대한 보완대책도 적극적으로 추진하고 있다. 2007년 FTA 전반에 대한 종합대책인 'FTA 국내보완대책'을 마련해 시행하고 있다. 농수산업 분야는 10년에 걸쳐 21조1천억원을 투자해 경쟁력을 강화시키고 직접적인 피해 보상을 한다.

제조업과 서비스업 중 경쟁력이 떨어지는 분야에 대해서는 '무역조정지원제도'를 통해 역량을 강화해 나가고 있다. 한·EU FTA에 특화된 대책도 있다. 지난해 11월 '국내산업 경쟁력 강화대책'을 통해 총 2조2천억원의 예산을 지원하기로 했다. 한편 외교통상부는 논란이 됐던 한·EU FTA 협정문 한글본의 오류를 정정해 다시 국회에 비준 동의안을 제출할 계획이다. G

글·변형주 기자

한·EU FTA 체결에 따른 대 EU 수출 증가액



· 단위 백만달러 · 출처 기획재정부 발간 〈FTA 이해와 활용〉

지난해 사교육비 첫 감소

입시제도 개선 등 공교육 살리기 성과… 전년대비 3.5퍼센트 줄어

통계청이 2010년 사교육비를 조사한 결과 전체 규모와 학생 1인당 사교육비가 감소한 것으로 나타났다. 2010년 사교육비 총규모는 20조9천억원. 2009년과 비교해 보면 7천5백41억원(-3.5퍼센트)이 감소했다. 2010년 1인당 월평균 사교육비는 24만원으로 2009년 대비 2천원(-0.8퍼센트)이 감소했다.


조선DB

서울 서초동 서일중학교 학생들이 선생님과 방과후학교 과목선택에 대해 이야기하고 있다.

매년 10퍼센트 이상 증가하던 사교육비는 2008~2009년 3~4퍼센트의 증가세로 완화되다가 2010년 처음으로 감소했다. 사교육 관련 물가지수를 감안한 실질 사교육비 총 규모는 2008~2009년에 큰 변화 없이 유지되다가 2010년 들어 2009년 대비 6.4퍼센트 감소했다. 참고로 사교육 관련 물가지수는 피아노, 미술, 태권도, 보습, 고입·대입의 단과 및 종합학원비 등 8가지로 산출한다.

통계청 조사에 따르면, 지역적으로는 경북이 1인당 월평균 사교육비가 19만7천원에서 18만7천원(-5.1퍼센트)으로 가장 크게 감소했다. 이어 충남(-4.8퍼센트), 경남(-4.2퍼센트) 순이었다. 또한 방과후학교 참여 학생이 미참여 학생보다 사교육비를 연간 약 51만원 적게 지출하는 것으로 분석됐다.

이번 조사는 전국 초·중·고 1천12개 학교의 학부모 약 4만4천명을 대상으로 연 2회에 걸쳐 이뤄졌다. 사교육비는 초·중·고교생의 학교 밖 보충 교육비를 말한다. 학원비, 개인 및 그룹과외비, 학습지, 인터넷 및 통신강의 과외비 등이 포함된다. 방과후 교육활동비, EBS 관련 교육비, 어학연수비 등은 사교육비 경감 효과의 정확한 분석을 위해 사교육비와 분리해 별도 항목으로 조사한다.

구체적으로 살펴보면, 초등학교는 9조7천80억원으로 5.1퍼센트, 중학교는 6조3백96억원으로 3.6퍼센트, 일반고는 4조7천5백12억원으로 0.7퍼센트 각각 감소했다. 학생당 월평균 사교육비는 초등학교의 경우 전년 대비 0.1퍼센트(24만5천5백원→24만5천2백원), 중학교는 1.9퍼센트(26만원→25만5천원), 일반고는 1.5퍼센트(26만9천원→26만5천원)씩 각각 줄어들었다.

중학교의 사교육비가 특히 많이 감소한 이유는 고교입시제도 개선 등의 효과가 나타난 것으로 분석됐다.

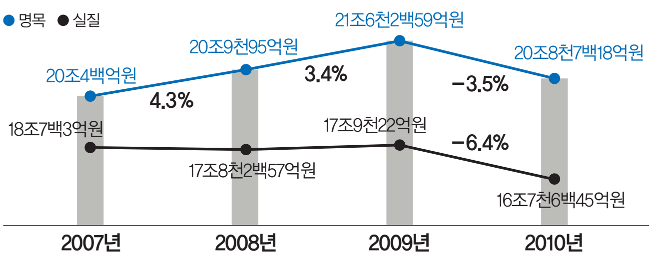
일반교과를 대상으로 유형별 사교육비를 분석해 본 결과, 학원(12만2천원), 개인과외(3만2천원), 그룹과외(2만2천원) 순으로 지출했다. 개인과외(-3퍼센트)와 방문학습지(-5.9퍼센트)는 감소했고, 그룹과외는 증가(4.8퍼센트)했으며, 학원수강은 2009년과 동일했다.

방과후학교 참여 학생 연51만원 적게 지출

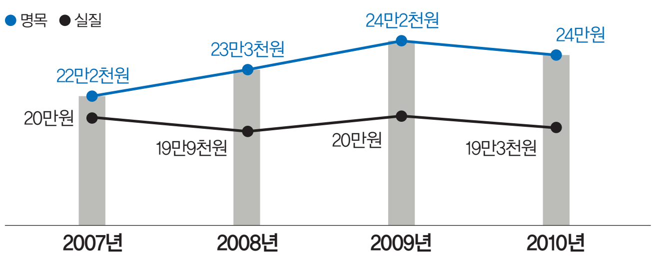
방과후학교 참여율은 소득수준과 무관하게 전반적으로 증가해 사교육 대체 역할이 점점 커지고 있는 것으로 평가된다. 2010년 방과후학교 참여율(무상참여 포함)은 55.6퍼센트로 2009년(51.3퍼센트) 대비 4.3퍼센트 포인트 증가했다. 학교급별로는 일반고 학생들의 참여율이 84.6퍼센트로 가장 높고, 초·중학생의 참여율은 각각 45퍼센트, 50퍼센트로 상대적으로 낮게 나타났다. 또 방과후학교 참여 학생이 미참여 학생보다 사교육비를 연간 51만원 적게 지출하는 것으로 분석됐다.

한편 성균관대 사교육정책중점연구소의 과목별 사교육비 총규모 분석 결과를 보면, 일반교과는 16조9천2백17억원(81퍼센트), 예체

연도별 사교육비 총 규모



학생 1인당 월평균 사교육비



능과목은 3조8천9백25억원(19퍼센트)이었다. 그중 영어가 6조9천7백20억원으로 가장 많았고, 수학 5조9천2백60억원, 국어 1조8천2백99억원, 사회·과학 1조2천5백8억원이었다.

예체능은 음악 1조7천5백69억원을 가장 많았고, 체육 1조2천5억원, 미술 6천5백77억원이었다. 학생 1인당 월평균 사교육비는 24만원으로, 이 중 일반교과에 19만5천원, 예체능 및 취미교양 사교육비에 4만5천원을 지출했다.

사교육 대체할 방과후학교 강화로 감소폭 커질 듯

그동안 정부는 '국민의 사교육비 부담 경감'을 핵심과제로 선정해 공교육 내실화, 입시제도 선진화 등 초·중등 교육정책 전반의 체질개선을 꾀하고 학교의 자율을 강화하는 정책을 지속적으로 추진해 왔다. 2010년도에는 고교입시제도 개선, 학원운영의 투명성 강화 등 사교육 경감 대책의 성과가 가시화된 것으로 판단되고, 공교육 강화에 따른 사교육비 경감효과는 보다 장기적·점진적으로 나타날 것으로 예상된다.

교과부는 2010년을 기점으로 사교육 팽창·공교육 약화의 악순환 고리가 차단됐다고 보며, 금년부터는 공교육 강화·사교육 경감의 선순환 체제를 구축하는 데 보다 주력할 예정이다. '공교육 강화—사교육 경감 선순환 방안'의 주요 내용은 다음과 같다. 교실수업의 근본적인 변화를 위해, 창의인성교육 확산을 위한 교육환경을 조성하고, 초·중등 수학 교육을 내실화한다. 또, 진로·직업교육 강화와 공교육 중심의 대입제도를 구축하고, 교육기부와 학부모의 참여를 활성화한다.

특히 교과교실제 전면 도입, 창의경영학교 지원사업 추진 등을 통해 교실수업과 학교교육의 변화를 추구하고, 공교육 중심 대입제도를 구축해 대입전형의 사교육 유발요인을 최소화하며, 교육기부 및 학부모 참여 등을 통해 학교교육 내실화에 사회 각계의 참여를 활성화하려 한다.

'과도한 선행학습—공교육 무력화—사교육 의존'의 악순환 구조가 고착돼 선행학습의 폐해가 가장 큰 수학교과에 대한 본격적인 논의를 통해 근본적인 대책을 마련할 필요가 있다. 교과부 내에 수학교육 전담팀을 설치하고 한국과학창의재단에 수학교육연구센터를 운영하는 등 학교 수학교육 내실화를 위한 상설지원 체제를 구축할 예정이다.

교과부 사교육대책팀 박시정 사무관은 "초·중등 수학교과는 기본적으로 '쉽고 재미있는 수학'으로 전환되어야 한다는 방향 아래 수학교과의 암기식 학습내용을 줄이고 실생활과 연계된 교육내용을 강화할 계획"이라면서 "수준별 수학교육과 체험 중심의 수학교육을 확산하고, 수학교과의 평가방식 개선 및 수학교사의 전문성 신장방안 등을 수립, 구체화해 나갈 예정"이라고 밝혔다.

방과후학교의 질을 획기적으로 제고하기 위해, 방과후학교 우수강사를 발굴·활용하고 방과후학교에 민간참여를 활성화하며, 방과후 영어교육을 내실화하고 저소득층 방과후학교 자유수강권 지원을 확대한다.

교과교실제—공교육 중심 대입제도 구축 등 박차

박시정 사무관은 "우수강사 추천제 도입 등으로 방과후학교 우수강사를 발굴·육성하고, 우수한 콘텐츠를 보유한 민간기관의 방과후학교 참여를 활성화하여 방과후학교의 질 제고 및 교사의 업무부담 완화를 통한 정규수업 질 제고를 도모할 계획"이라고 했다.

교과부는 시·도교육청과 협력해서 민간참여 활성화를 위해 민간기관의 우수 프로그램을 적극 발굴하고 검증장치를 정비하는 등 관련 제도를 지속적으로 보완해 나갈 계획이다.

방과후 영어교육을 내실화해 실용영어 중심의 학교 영어교육의 변화를 지원하고 영어 사교육 수요를 흡수하기 위해, EBSe(영어교육방송)를 활용한 방과후 영어교육용 학습교재 및 방송프로그램을 개발·보급할 예정이다.

저소득층 방과후학교 자유수강권, 농산어촌 방과후학교 및 초등돌봄교실 운영 등의 지원규모를 2011년도에 1천억원 이상 확대한다. 2010년 3천76억원에서 2011년 4천2백25억원으로 늘어나는 것이다. 1인당 지원규모는 2013년까지 월 5만원(12개월 지원)으로 상향 조정할 예정이다. 지원대상은 2010년 39만명에서 2013년 75만명으로 확대된다. G

글·서일호 기자

‘사교육 없는 학교’를 찾아서

교사와 학생의 열정이 공교육 살렸다

전국 학교들이 사교육 경감에 나섰다. 교육과학기술부는 2009년 7월 전국 4백57개 초·중·고등학교를 ‘사교육 없는 학교’로 지정하여 지원하고 있다. 방과후학교, 중점학교, 특수목적고 등 공교육이 다양화되면서 학생과 학부모들은 점차 사교육에서 벗어나 공교육에서 입시의 해결책을 찾고 있다.


속리산 수정초

충북 보은군 속리산 수정초등학교는 2010년도 ‘방과후학교 대상’부문에서 대상을 받았다. 프로골퍼가 학교 내 골프장에서 골프를 가르치고 원어민 강사가 영어수업을 하는 등 수준 높은 방과후학교 프로그램을 운영한다.

서울 동대문구 **전일중**

방과후 수준별 학습만으로 학력향상

전일중학교는 2010년도 ‘사교육 없는 학교’ 최우수 학교로 선정됐다. 서울시 중 유일하다. 이곳은 정규교육 과정과 연계한 수준별 방과후 프로그램 운영으로 사교육을 대폭 줄이고 학생들의 학력을 향상시켰다. 맞춤식 수준별 교과종합반, 최상위권의 수월성 교육 아카데미, 기초학력 부진 학생을 위한 학습보충 프로그램, 저소득층 자녀를 위한 프로그램 운영 등을 실시한다.

김종철 전일중학교 교무부장은 “특히 국·영·수·사·과 등 주요과목을 대상으로 5단계 수준별 학습 프로그램을 제공한다”며 “학생들이 본인의 실력에 맞게 학습할 수 있어 만족도가 매우 높다”고 전했다.

학습효과도 컸다. 2010년 한국교육개발원(KEDI)이 전교생 9백9명을 대상으로 설문조사한 결과, 방과후학교 수강생의 72.4퍼센트가 주요교과 성적이 향상됐다. 평균 3점 이상 올랐다. 공교육의 보강으로 사교육비도 줄었다. 학생 1인당 평균 사교육비가 2009년 30만6천원에서 2010년 12만4천원으로 대폭 감소했다. 학생들의 사교육 참여율도 2009년 80.7퍼센트에 달했으나 2010년 42.8퍼센트로 크게 줄었다.

충북 보은군 **속리산 수정초**

밤에도 쉬지 않고 열린다

속리산 수정초등학교는 일명 ‘밤에도 열린학교 운영’으로 사교육이 필요 없다. 2004년부터 8년째 시행 중이다. 방과후학교 프로그램은 무려 40개가 운영될 정도로 다양하다.

가장 특색 있는 것은 골프와 영어다. 학교 내 골프장을 조성하고 프로골퍼가 직접 학생들을 지도한다. 영어교육 수준도 높다. 외국인 2명, 한국인 2명, 전담교사 1명으로 구성돼 수준별 수업이 이뤄진다. 저녁 시간에는 희망자를 대상으로 담임교사가 보충수업을 하는 ‘마을공부방’도 연다.

류웅렬 속리산 수정초등학교 교감은 “속리산이 유명 관광지이다 보니 주변에 상가 지역이 많다. 관광 성수기에는 늦게까지 주변이 소란스럽기 때문에 학교에서 아이들이 늦은 시간까지 공부하는 것이 좋겠다는 생각에 ‘밤에도 열린학교 운영’을 착안했다”고 말했다.

속리산 수정초등학교는 아침 8시부터 밤 10시까지 주말을 제외하고 연중 운영된다. 점심, 저녁 식사까지 무료로 제공되기 때문에 학부모, 학생 모두 만족도가 높다. 게다가 늦은 시간 귀가하는 학생들의 안전을 위해 학교에서 개인택시 서비스까지 제공한다. 7년간 안전사고가 한 번도 없었다.

류웅렬 교감은 "주변 다른 학교들의 경우, 전교생이 줄거나 폐교한 곳도 있다. 그러나 속리산 수정초등학교는 방과후 교육으로 오히려 학생들이 늘고 있다"며 자부심을 보였다. 2010년 전학 온 학생들만 18명이다. 주변에 집만 있으면 전학 오겠다는 학생들이 대기하고 있을 정도란다. 이같이 농산어촌 지역 소규모 학교의 특색을 살린 방과후학교 운영으로, 2010년도 '방과후학교 대상' 부문에서 대상(大賞)을 받았다.

류웅렬 교감은 "속리산 수정초등학교 주변의 학원들은 운영이 안 된다. 학생들이 학교에서 필요한 교육을 더 좋은 여건에서 무료로 들을 수 있기 때문이다. 그야말로 상상을 초월하는 학교"라고 전했다.

제주 제주시 **한림여중**

사교육 주범 '영어', 자율학교가 책임진다

한림여자중학교는 2010년 '영어 리더학교'로 선정됐다. '제주형 자율학교'로 공교육에서 수준 높은 영어교육을 활성화한다. 자율학교는 교장 재량으로 과목선정을 할 수 있다.

장경숙 한림여자중학교장은 "글로벌 시대에서 학생들이 꿈을 이루기 위해서는 영어가 중요하고 학부모, 학생들의 관심도 높다"며 "방학 중에도 수준 높은 영어교육 과정을 운영하여 학생들이 학원 갈 필요 없이 공교육에서 충분히 교육받을 수 있게 했다"고 말했다.

한림여자중학교는 영어 축제, 영어 동아리, 영어 퀴즈왕, 아이비리그 명문대 연수 등 다양한 영어 프로그램을 운영 중이다. 특히 자율선택과목으로 '영어 독해'를 신설했다. 읽기와 작문에 중점을 둔 영어 과목으로 학생들의 학력향상을 가져왔다.

수준별 영어수업인 방과후학교 프로그램 운영도 한다. 원어민 강사가 가르치기 때문에 학생들은 사교육보다 훨씬 좋은 환경에서 수업받을 수 있다. 이 같은 교육으로 한림중학교 2학년의 경우 2010년 제주도교육청 주관 제학력갖추기평가 시험에서 2009년에 비해 평균 3.8점 향상되는 가시적인 성과를 보이고 있다.

경기 남양주시 **퇴계원고**

학습동기 부여·자기주도학습 이끌어

2008년 전국 학업성취도평가 시험이 부활했다. 이로 인해 지나친 경쟁과 사교육을 부추길 것이라는 우려와 달리 오히려 공교육이 강화되고 있다. 교육과학기술부는 전국 학업성취도평가를 바탕으로 기초학력에 미달된 학생들이 많은 학교의 경우 '학력향상 중점학교'로 지정해 공교육을 강화했다.

2009년 도입된 '학력향상 중점학교'는 교육과학기술부의 예산 지원으로 학생들의 학력향상을 돕는다. 퇴계원고등학교의 경우 '동기부여 및 진로교육 프로그램 운영'으로 성공적인 성과를 보이고 있다.

권금연 퇴계원고등학교 교감은 "학력향상이 단순히 아이들의 노력만으로는 어렵다"며 "퇴계원고등학교는 학생, 교사, 학부모가 하나가 되어 학습효과를 높이고 있다"고 말했다.

퇴계원고등학교는 다양한 학력향상 프로그램을 고안했다. 먼저 학생 대상으로 학습동기 부여 프로그램과 진로교육 프로그램을 운영한다. 특히 학생들이 자신의 진로를 설계하고 학습 결과물을 기록한 '드림 디자이너(Dream Designer) 파일 관리' 프로그램은 입학사정관제를 대비한 훌륭한 포트폴리오 역할을 한다.

교사 대상으로는 '자기주도학습 멘토 되기' 프로그램을 운영한다. 이를 통해 학생들이 스스로 공부하는 법을 터득하도록 돕는다. 학부모들에게는 '자녀 학습 멘토 되기'라는 프로그램을 운영하여 가정에서도 자연스럽게 학습 분위기를 조성하고 있다. 이같이 학생-교사-학부모를 연계한 교육 프로그램으로 학생들이 맹목적으로 학원에 의지하기보다는 학습동기를 부여받아 스스로 공부하는 자기주도학습 능력을 길러 준다.

부산 사하구 **부산자동차고**

자격증 조기 취득으로 취업률 높여

예비 명장을 키우는 마이스터고의 돌풍이 거세다. 부산자동차고등학교는 자동차 정비 및 검사기능사 조기 취득으로 학생들의 전문성을 더욱 높이고 있다.

이홍조 부산자동차고등학교 교무부장은 "2010년 신입생들의 경우 학업에 의욕적이고 교사들의 열정도 높아 새벽 1시까지 방과후학교와 자율학습을 병행했다"며 "그 결과 통상 3학년에 취득하는 자동차 정비 및 검사기능사 자격을 1학년 학생들의 97퍼센트가 획득했다"고 말했다.

기숙사학교라는 장점을 활용해 늦은 시간까지 공부시켜 1학년 학생들이 1학기에 이미 이론시험에 합격했다. 여름방학 때는 교사들이 실기연습을 지도하여 1학년 학생들 대부분이 1~2개 자격증을 획득하는 놀라운 일이 벌어졌다. 물론 사교육은 전혀 없었다.

공교육만으로 예비 명장에 가까운 기술력을 조기에 취득한 것이다. 여기에는 르노삼성 부사장 출신인 이승희 교장의 의욕이 한몫했다. 부산자동차고등학교는 기업들과 MOU체결을 늘리고 있다. 지난해 12월에는 재학생 1백20명의 1백퍼센트를 초과하는 기업 채용협약을 체결하기도 했다. G

글·이제남 기자

임채민 국무총리실장

"국민이 피부로 느끼는 규제개혁 박차"

이명박 대통령이 지난해 8·15 광복절 축사에서 '공정한 사회'를 국정지표로 제시한 이후 우리 사회 곳곳에서 공정사회 구현을 위한 노력들이 전개되고 있다. 정부 부처들의 움직임이 특히 그렇다. 공정사회 구현이 현 정부의 남은 임기 동안 실천해야 할 대표적 과제가 됐기 때문이다. 정부는 매달 공정사회 추진회의를 열어 과제를 점검해 나갈 계획이다. 임채민 국무총리실 실장으로부터 공정사회 구현을 중심으로 정부가 앞으로 중점 추진해야 할 과제에 대해 들어 보았다.



국무총리실

집무 중인 임채민 국무총리실장. 임 실장은 "공정사회 실현을 위해서는 정부의 노력뿐만 아니라 국민의 참여와 협력이 필수적"이라고 강조했다.

이명박 대통령은 지난해 8·15 광복절 축사에서 '공정한 사회'를 국정지표로 제시했다. 이 대통령의 광복절 축사 이후 우리 사회 곳곳에서 공정사회 구현을 위한 노력들이 전개되고 있다.

정부 부처들의 움직임이 특히 그렇다. 공정사회 구현이 현 정부의 남은 임기 동안 실천해야 할 대표적 과제가 됐기 때문이다. 정부는 지난 17일 1차 공정사회 추진회의를 열었고 앞으로는 매달 공정사회 추진회의를 열어 과제를 점검해 나갈 계획이다.

임채민 국무총리실 실장(장관급)으로부터 공정사회 구현을 중심으로 정부가 앞으로 중점 추진해야 할 과제에 대해 들어 보았다.

정부는 부처별로 공정사회 실현을 위한 과제들을 중점적으로 추진하고 있습니다. 구체적으로 어떤 성과가 있었고 어떤 점을 보완해 추진할 계획인지요.

"정부에서는 국민인식 조사, 세미나, 국제콘퍼런스 등을 통해 공정한 사회의 추진방향을 모색해 왔습니다. 우리 정부는 공정한 사회 구현을 국정운영의 핵심가치로 삼고, ▲공정한 법·제도 운영과 부패 없는 사회 ▲균등한 기회가 보장되는 사회 ▲권리가 보장되고 특권이 없는 사회 ▲건강한 시장경제로 활력 있는 사회 ▲약자를 배려하고 재기를 지원하는 사회를 구현하기 위한 구체적인 정책을 개발·추진하고 있습니다.

일반국민과 각계의 의견을 적극 수렴하여 모두 5대(大) 분야, 약 80개의 공정사회 실천과제를 정리하여 추진하고 있고, 지난 17일 열린 공정사회 추진회의를 계기로 국민의 4대 의무 및 많은 국민이 불공평하다고 생각하는 제도·관행 개선 등을 중심으로 8개 중점과제를 선정해 추진 중에 있습니다."

8개 중점과제에 대해 구체적으로 설명해 주시죠.

"①공정한 병역 의무 ②공평과세와 호화생활 탈세자 근절 ③교육희망사다리 구축 ④체불임금 해소, 산업안전 등 근로자의 권익보호 ⑤공정·투명한 공직인사 ⑥학력·학벌에 의한 차별개선 ⑦전관예우성 관행개선 ⑧대·중소기업 동반성장 등입니다. 앞으로 총리실에서는 공정사회 실천과제를 종합적으로 관리해 나가고, 각 부처는 민관협의체를 구성해서 책임지고 추진할 계획입니다."

*"정부는 공정한 사회 구현을 국정운영의 핵심가치로 삼고, 8개 중점과제를 선정해 추진 중에 있습니다.
8개 중점과제는 ①공정한 병역 의무 ②공평과세와 호화생활 탈세자 근절 ③교육희망사다리 구축
④체불임금 해소, 산업안전 등 근로자의 권익보호 ⑤공정·투명한 공직인사
⑥학력·학벌에 의한 차별개선 ⑦전관예우성 관행개선 ⑧대·중소기업 동반성장 등입니다."*

사회적 약자 배려도 공정사회 실현을 위한 정책과제로 알고 있습니다. 사회적 약자를 어떻게 배려해 나갈 것인지요.

"공정한 사회는 제도화된 법과 원칙을 기반으로 기회의 균등을 보장하고 사회적 약자를 배려하는 따뜻한 사회를 의미합니다. 사회·경제적 약자에게 필요한 도움을 주고, 선의의 탈락자에게 재도전의 기회를 주는 것은 공동체 의식 함양 및 사회통합에 크게 기여할 것입니다. 앞으로 정부는 '약자를 배려하고 재기를 지원하는 사회'를 구현하기 위해 ▲3대 고용질서 확립 ▲중소기업 지원 등 취약층 지원에 중점을 둔 다양한 정책을 추진하고 시민사회와 적극 협력해 나갈 계획입니다."

어떤 제도를 마련 중에 있습니까.

"경제적 능력 등을 고려한 벌금 부과를 강구하고 있습니다. 저소득층에게는 과태료를 경감해 주는 등 경제적 능력을 고려한 벌금책정 방안을 마련하겠다는 것이죠. 소액전담심판부 도입 등을 통해 소액 영세납세자 권리규제도 강화해 나갈 계획입니다. 일한 대가 제대로 받기 실천을 위해 3대 고용질서 확립에도 나설 계획입니다. 서면 근로계약제 정착, 체불임금 최소화, 최저임금 준수 등이 그것이죠."

서민생활 안정을 위한 대책은요.

"서민생활 안정을 위해서는 ▲신혼부부·다자녀가구에 대한 주택기금 지원요건 완화 ▲직장보육시설을 4층 이상 설치 허용 ▲중소기업 청년인턴 채용지원 확대 등을 추진하고, ▲경비업, 옥외광고업 등의 자본금·시설요건 완화 ▲먹는 샘물, 건강기능식품 허가의 네거티브 방식 전환 등 진입규제 정비를 통해 공정한 시장경쟁 환경 조성을 위해 노력해 나갈 것입니다."

규제개혁이 쉬운 일은 아닐 텐데요.

"금년도에 정해진 규제개혁 과제는 이행상황을 총리실에서 매분기별로 점검하고, 추진을 지속 독려할 계획입니다."

국민들이 느끼는 규제개혁 체감도는 낮은 것 같습니다. 국민의 체감도를 어떻게 높일 생각인지요.

"그동안 이명박 정부는 기업환경 개선과 국민부담 경감을 위해 출총제 폐지, 금산분리 및 수도권 규제 완화 등 핵심규제 정비를 지속 추진해 왔습니다. 이러한 노력의 결과, 전경련 회원사 규제개혁 만족도가 2008년 8.9퍼센트에서 2010년에는 39.1퍼센트로 크게 증가하는 등의 성과가 나타나고 있습니다.

그럼에도 불구하고 일반국민이 느끼는 체감도가 높지 않은 것은 사실입니다. 이는 국민과 기업이 피부로 체감할 수 있는 덩어리 규제에 대한 정비부족, 입법절차 지연 등에 기인한다고 생각합니다.

따라서 그간 개선이 미흡했던 분야를 중심으로 단편적인 규제개혁에서 벗어나 범정부적으로 제로 베이스(Zero-Base)에서 전면적인 재검토 작업이 이루어져야 한다고 봅니다."

구체적인 실천계획은 어떻게 마련되고 있습니까.

"이미 식·의약 분야는 지난 연말부터 총리실과 보건복지부, 식약청 등을 중심으로 검토작업에 돌입했으며, 조만간 가시적인 성과가 날 것으로 기대하고 있습니다.

교육, 금융, 보건, 의료 분야 등 국민생활과 직결된 서비스 분야에서도 규제정비를 위한 사회적 합의 등을 조속히 도출해 속도감 있게 규제개혁을 추진해 나가야 한다고 봅니다. 또한 그동안의 성과를 국민 여러분이 피부로 충분히 느끼고 계시지 못하고 있으므로 앞으로는 규제개혁 내용과 성과를 국민들께 알리는 노력을 강화하겠습니다.

그동안의 규제개혁 내용을 정리한 '규제개혁 백서'를 발간하고, 정책수요자별로 맞춤형 홍보를 추진할 계획입니다. 지연법안에 대한 대국회 설득노력 강화와 함께, 이행완료 과제의 현장 이행실태 점검 노력도 병행할 계획입니다."

국민이 신뢰할 수 있는 공직자상을 정립하는 일도 공정사회를 구현하는 길이라고 할 수 있는데 바람직한 공직자상 정립을 위한 정부의 계획은 있습니까.

"바람직한 공직자상이란 따로 정립되는 것이 아니고 각자가 자기 분야에서 불의에 타협하지 않고 맡은 바 소임을 다할 때 국민의 신뢰를 얻을 수 있을 것이라 생각합니다. 국무총리실에서는 공직자들이 부패에 물들지 않고 소신껏 일할 수 있도록 지속적인 제도개선과 더불어 부정부패 행위에 대한 공직기강 점검활동을 강화해 나갈 것입니다.

적발된 공직자에 대해서는 사안에 따라 지위고하를 막론하고 공직퇴출 등 엄중 문책할 계획입니다. 또한 드러나지 않는 곳에서 국리민복을 위해 자신의 역할을 묵묵히 수행하는 공직자는 적극 발굴해 포상 등 사기진작책도 병행할 계획입니다." G

글·김성동 기자



1

다시 가고 싶은 '한국 8경'

'당신이 죽기 전에 가 봐야 할 한국의 8대 명소', '한국관광 8원더스(Wonders)' 앞으로 국내외 관광홍보 영상이나 책자에서 이런 문구를 자주 보게 될지도 모른다. 문화체육관광부는 지난 2월 16일 국내외 관광객이 꼭 가 보아야 할 한국 관광의 '으뜸 명소' 8곳을 선정했다.

문광부는 선정된 으뜸 명소를 국제적인 경쟁력을 갖춘 한국의 대표적인 관광명소로 육성하기 위해 관광 인프라 구축, 공동 브랜드를 개발, 홍보·마케팅 등 집중적인 지원을 할 예정이다. 선정된 으뜸 명소 8곳은 경북 안동 하회마을, 경기 수원 화성, 경북 경주 남산·월성 역사 유적지(역사 문화형), 전남 순천만–여수 엑스포, 제주 성산 일출봉, 경남 창녕 우포늪(자연 생태형), 서울 북촌·삼청동·인사동 전통문화 거리, 전북 전주 한옥마을(문화 콘텐츠형) 등이다. G

글·이상흔 기자

이경호 기자



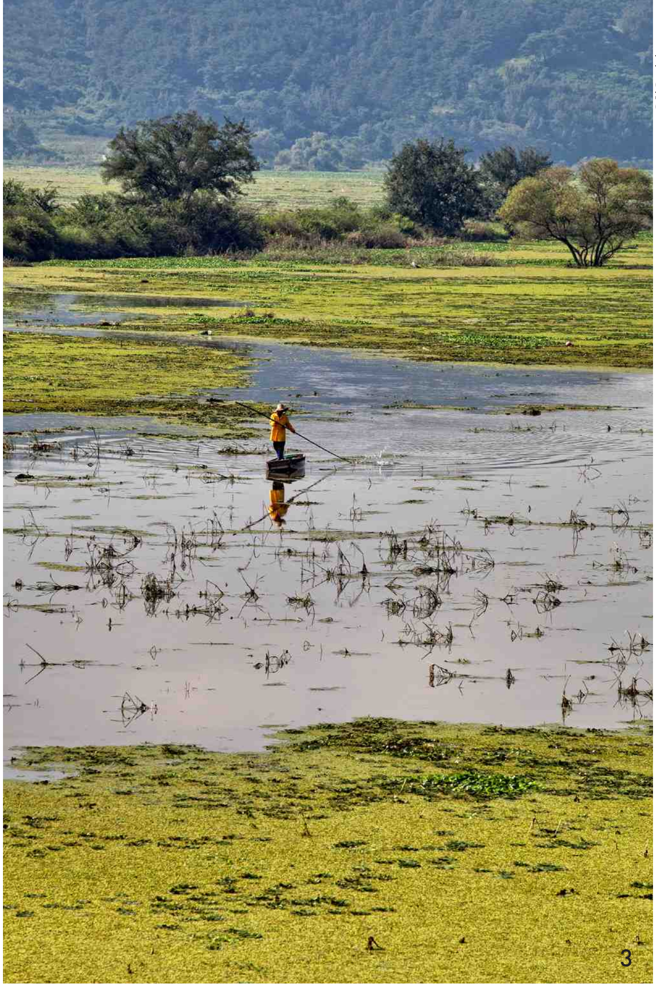
2

1 전남 순천만은 세계 5대 연안 습지로 꼽히는 곳으로 갈대 군락, 간석지 등으로 이루어진 개펄 습지가 보존돼 있다.

2 전주 한옥마을은 '도심 속의 한옥 밀집 지역'으로 1930년대부터 60년대까지 한옥의 변천사를 볼 수 있는 곳이다.

김승완 기자

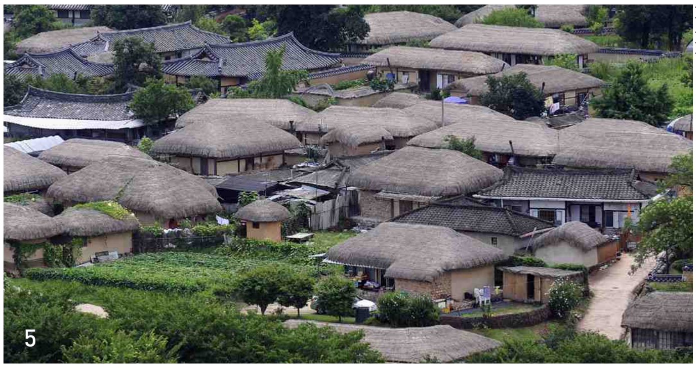
mcst.go.kr 문화체육관광부



유청우 기자



뉴시스



서경리 기자

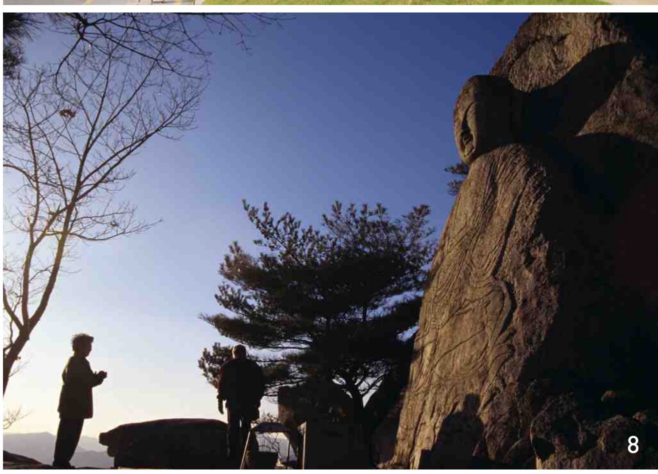


이경호 기자



허재성 기자





정정현 기자

3 경남 창녕 우포늪은 1억4천만년 전에 형성된 국내 최대의 자연 내륙습지다.

4 제주 성산 일출봉은 '제주 10경' 중 '제1경'에 올라 있을 정도로 경치가 아름답다.

5 경북 안동 하회마을은 우리나라의 대표적인 양반 씨족 마을로서 조선시대의 양반 문화와 서민 문화가 공존하는 곳이다.

6 경기 수원 화성은 조선 정조시대의 뛰어난 과학기술을 보여주는 곳으로 6킬로미터에 달하는 성벽과 건축물이 아름다운 조화를 이루고 있다.

7 서울 북촌·삼청동·인사동 전통문화 거리는 조선시대 양반들의 집단 거주지역이 오늘날까지 남아서 형성되었다.

8 경주 남산·월성 역사 유적지는 수많은 전설과 왕릉, 궁궐터, 불교 관련 유적이 살아 숨쉬는 거대한 야외 박물관이다.

선진 대한민국, 반드시 해내겠습니다

국민과 함께하는 정부대표전화110

여러분 가까이에 있습니다

- 110은 정부대표전화입니다.
- 317개 모든 행정기관의 업무를 상담안내해 드립니다.
- 이제 110 하나의 번호만 기억하시면, 정부 업무에 대한 모든 궁금한 사항을 상담받으실 수 있습니다.

110 상담내용



▶일반 민원 상담

전국 관공서 안내, 주민등록, 인감, 가족관계등록부, 새 주소, 여권, 자동차 등록, 운전면허, 학교행정, 교육, 병무, 보훈, 건설공사, 주택건축, 인 · 허가 절차, 민원 처리 기관 안내, 정부통계 등 모든 행정 사무

▶세금, 공공요금 상담

양도소득세, 상속세, 관세, 취득세, 주민세, 유가환급금, 근로장려금, 벌금, 과태료, 수도요금, 연말정산 등

▶사회안전망 상담

일자리 안내, 기초생활수급, 사회복지, 서민금융 지원, 소상공인 지원, 노인복지, 영유아 보육비 지원, 채무 상담 등

▶생계침해 신고 상담

불법 사금융, 임금체불, 과다소개료, 불법 직업소개, 취업 사기, 금품 착취, 불공정 계약, 성 폭력 피해, 환경 피해, 보이스피싱, 교통불편 신고 등

110 서비스 안내

▶전화민원 "Happy Call" 서비스

기관에 연결한 민원에 대하여 처리 결과에 대한 의견을 수렴하고 문제점은 개선해 드립니다.

▶수화상담 서비스

씨토크 영상 전화서비스를 이용하여 국번 없이 110번으로 전화하시면, 전문 수화상담사가 직접 상담해 드립니다.

▶외국어상담 서비스

영어, 일어, 베트남어 등 20여 개 언어로 상담이 가능합니다.

▶스마트 110 서비스

휴대전화로 110 모바일 웹페이지(m.110.go.kr)에 접속하시면 문자상담 예약상담이 가능합니다

▶예약상담 서비스

110홈페이지(www.110.go.kr)에서 원하는 상담 시간과 내용을 예약하시면, 예약하신 시간에 상담사가 전화를 드려 상담해 드립니다.

▶예약민원 "Call Back" 서비스

심야 및 공휴일, 기관업무 시간 이외의 시간에 문의하신 경우 근무일에 민원인에게 전화를 드려 민원 상담을 해 드립니다.

▶문자상담 서비스

민원인이 휴대전화 문자메세지로 문의 내용을 보내면 상담사가 문자메세지로 신속하게 문의 결과를 회신해 드립니다.

110 이용안내

상담 시간 – **평일** : 오전 8시 ~ 밤 9시 / **토요일** : 오전 9시 ~ 오후 1시



국민권익위원회 | 청렴한 세상

120-705 서울특별시 서대문구 의주로 81 (미근동 257)



기 획 특 집

G20세대의 '젊은 한류' 세계 '문화 트렌드' 창조

〈겨울연가〉, '욘사마' 열풍으로 시작된 한류가 G20세대 주축의 '젊은 한류'로 업그레이드되고 있다. 유튜브와 트위터 물결을 탄 한국 아이돌그룹 '뮤비'에 세계의 젊은이들이 열광하고 한국 드라마는 전 세계 안방극장에서 '팬심'을 적시고 있다. 요리며 패션, 스포츠 무대까지 휩쓰는 젊은 한류는 역동적 매력을 발산하는 세계적 트렌드가 되고 있다. 옛날 몽골은 한국을 '무지개의 나라(솔롱고스)'라 불렀다. 지금 한국의 G20세대는 세계 무대에서 한류의 솔롱고스를 창조하고 있다.

※ **G20세대** 1988년 서울올림픽 전후 태어나 글로벌 마인드와 미래지향적인 성향을 지닌 G세대가 서울 G20정상회의를 계기로 업그레이드된 세대. G세대의 'G'는 글로벌(Global) 혹은 그린(Green)을 뜻한다.



2010년 8월 대만에서 열린 '엠넷 울티미트 라이브' 공연에 출연한 2PM.

"아시아는 좁다"… 한류는 진화한다

과거 드라마가 주도했던 한류가 이제는 G20세대인 아이돌 그룹이 주도하는 양상을 보이고 있다. 아이돌 그룹이 주도하는 '신한류'는 과거 중화권과 동남아시아에서 이제 미주, 중동, 아프리카, 유럽, 오세아니아로까지 확산되고 있으며, 한국에서 인기 형성 후 해외로 전이되는 것이 아니라 전 세계 동시 다발적으로 소비되는 문화상품이 되어 실질적인 수입원으로까지 자리 잡고 있다. 또 그 대상은 문화 콘텐츠의 핵심 소비계층인 10~20대로까지 확대됐다.

지난 2월 20일(한국시간) 미국의 경제전문채널 블룸버그TV는 "한국의 파워브랜드는 보아와 소녀시대 · 슈퍼주니어"라고 밝혔다. 블룸버그TV는 시사 종합해설 프로그램 〈모노클〉에서 'K-POP은 왜 한국 산업의 가장 잠재력 있는 무기가 됐나'라는 타이틀로 한국의 대중 음악을 집중조명했다.

20여 분간 이어진 프로그램에서 진행자는 "삼성 · 현대 · LG는 강력한 한국 최대의 수출 브랜드이지만 지금 수많은 사람에게 실질적으로 어필하는 한국의 파워브랜드는 보아, 소녀시대, 에픽하이, 슈퍼주니어 등 K-POP 가수들"이라고 했다. 이어 〈모노클〉은 K-POP의 선전은 디지털 미디어의 발전에 기민하게 발맞춘 덕분이라고 분석했다.

美블룸버그 "한국의 파워브랜드는 보아 · 소녀시대 · 슈퍼주니어"

디지털 시대로 접어들면서 서구 음악 사업은 어려움을 겪고 있지만 K-POP은 오히려 유튜브 등을 통해 외국 팬들에게 다가서며 전 세계에 어필하고 있다는 것이다. 진행자의 멘트와 함께 빅뱅, 원더걸스, 소녀시대 등의 뮤직비디오를 해외 팬들이 유튜브를 통해 접속해 감상하는 장면이 방송됐다.

또 〈모노클〉은 "일본의 문화적 폐쇄주의가 J-POP을 일본 내에 머물게 했다면 K-POP은 유튜브 채널 등을 통한 적극적인 개방성으로 주요 수출품이 됐다"고 밝혔다.

이처럼 과거 드라마가 주도했던 한류가 이제는 소녀시대, 카라, 슈퍼주니어, 2PM 등 G20세대인 아이돌 그룹이 주도하는 양상을 보이고 있다.

아이돌 그룹이 주도하는 '신한류'는 과거 중화권과 동남아시아에서 이제 미주, 중동, 아프리카, 유럽, 오세아니아까지 확산 조짐을 보이고 있으며, 한국에서 인기 형성 후 해외로 전이되는 것이 아니라 전 세계 동시 다발적으로 소비되는 문화상품이 되어 실질적인 수입원으로 자리 잡고 있다. 또 대상은 문화 콘텐츠의 핵심 소비계층인 10~20대로 확대됐다.

이 같은 신한류의 전파에는 유튜브, 트위터, 페이스북 등 IT 기술 덕이 크다. 영상 사이트인 유튜브를 검색하다 보면 유럽과 아프리카 소녀들이 '소녀시대'의 춤과 노래를 따라 부르는 영상을 자주 볼 수 있다.


연합

지난해 서울가요대상에서 한류특별상을 수상한 '슈퍼주니어'.

일본, 대만 인기가수의 경우 유튜브 조회지역이 자국에 편중된 데 반해 한국 아이돌은 한국, 일본, 동남아시아뿐만 아니라 미국, 유럽, 오세아니아, 남미에서도 조회수가 상당하다. 한국 아이돌 그룹의 춤, 노래, 패션을 따라하는 소위 '커버(Cover) 현상' 범위도 아시아뿐만 아니라 비(非)아시아 지역으로까지 확대됐다. '커버문화'는 동남아에서는 이미 하나의 문화현상으로 굳어졌으며 최근에는 유럽, 남미, 미국에서도 흑인, 백인, 히스패닉 등이 한국 아이돌 그룹을 따라하는 현상이 크게 증가한 것이다.

또 과거에는 아이돌 가수의 인기가 한국에서 형성된 후 해외로 전이되는 양상이었다면 최근에는 동시 다발적으로 진행되고 있다. 한국에서 발표되는 콘텐츠가 해외에서도 즉시 소비되는 경향이 뚜렷해진 것이다.

성공한 아이돌 그룹은 연 1조원 매출도 가능

이처럼 G20세대 아이돌 스타의 힘이 한류 시장의 규모를 키우고, '한류의 경제학'까지 바꾸고 있다. 삼성경제연구소는 13세의 나이로 일본 무대에 진출해 J-POP 시장에 우뚝 선 보아에 대해 '걸어다니는 중소기업'이라며 1조원의 경제적 가치가 있다고 평가한 바 있다.

고도의 훈련과 적자생존을 통해 배출된 '신한류'의 아이돌 스타들은 춤과 노래뿐 아니라 연기, 예능, 외국어 등 다방면의 재능을 갖추고 있다는 점에서 경제적 가치는 과거의 한류 스타들을 훨씬 뛰어넘을 수 있다. 몇 년간 수십억 원을 들여 공들여 키운 아이돌 그룹이 해외에서 성공적인 데뷔를 이룰 경우 기획사는 수천억 원대의 연간 매출로 돌려받을 수 있는 것이다.

음반뿐 아니라 CF와 각종 머천다이징 상품 매출을 포함하고 일본, 중국, 동남아 등 한류의 주요 시장까지 더할 경우 하나의 아이돌 그룹이 연간 1조원까지 벌어들일 수 있다는 추산까지 가능하다.

한류의 효시라고 할 수 있는 배용준·최지우의 드라마 〈겨울연가〉도 경제적인 가치를 이야기할 때 항상 등장하는 좋은 예다. 일본 제일생명경제연구소는 〈겨울연가〉가 2004년 한일 양국에서 2천3백억 엔(약 3조1천3백억원)의 경제효과를 거뒀다고 발표했다. 한일 관광객과 주연 배우가 출연한 광고에 따른 상품 매출의 증가를 계산했다. 배용준, 최지우 등 당시 주연 배우는 최근까지도 일본에서 활발한 활동을 벌이고 있다.

이들 이후에는 G20세대인 이승기, 장근석, 강지환, 송중기, 김남길, 한효주, 한혜진 등이 한류를 잇고 있다. 스포츠 분야에서 신한류를 주도하고 있는 G20세대 선수들은 김연아, 박태환, 신지애 등이 있다. 여기에 요리사, 디자이너, 애니메이터 등으로까지 영역이 확대되고 있다. 이들 때문에 한글을 배우는 나라와 사람들도 늘고 있다.

한편 엔터테인먼트 산업뿐 아니라 문화, 관광 등의 분야에서 G20세대 스타들의 인기와 활약이 파생시키는 경제적 효과도 크다. 한국관광공사에 따르면, 한류 스타의 팬미팅 등을 위해 내한한 해외 관광객 수가 지난해에는 전년 대비 두 배가 넘는 3만4천여 명에 달했다. 뿐만 아니라 한국 방문 외국 관광객은 올해 사상 최초 1천만명을 돌파할 것으로 전망되는데, 한국관광공사는 한류상품 등의 판매 호조로 인한 '한류효과'가 주요한 역할을 했다고 분석했다.

드라마에서 가요로… 요리·디자인 등으로 계속 확산

신한류의 또 다른 특징 중 하나는 그 소비층이 10~20대 젊은 층으로 확장됐다는 점이다.

이들은 자신이 좋아하는 스타의 춤, 의상, 화장법 등까지 따라하는 걸 넘어서 '한국에 관한 모든 것'을 선호하는 단계까지 나아가고 있다. 이런 효과로 인해 삼성, LG 같은 글로벌 기업들은 신한류 열풍을 이끌고 있는 한국의 아이돌 그룹을 기업 광고에 등장시키기 시작했다.

그렇다면 신한류를 이끌고 있는 G20세대 아이돌 그룹의 성공요인은 무엇인가? 정태수 삼성경제연구소 선임연구원은 '아이돌 그룹이 이끄는 신(新)한류시대'라는 보고서에서 한국 아이돌 그룹의 성공 요인을 '다양한 문화를 녹여내는 융합력'과 '최고를 키워내는 아이돌 육성 시스템', 그리고 '소셜미디어의 확산, 글로벌 한(韓)네트워크의 역할'을 들고 있다.

한국콘텐츠진흥원 대중예술지원팀 장인걸 대리는 "지금과 같은 신한류의 지속을 위해서는 안정적인 스타 공급을 위한 육성 시스템의 강화와 함께 정부의 경제적인 추가 지원도 필요하다"고 밝혔다. G

글·서일호 기자



섹시한 댄스로 팬들을 사로잡는 포미닛. 국내와 일본은 물론 동남아 각국에서 높은 인기를 누리고 있다.

노래 · 춤 · 비주얼 3박자 '코리아 인베이전'

공연 엔터테이너에게 요구되는 3대 조건으로 노래(Singing), 춤(Dancing), 비주얼(Looks)이 꼽힌다. 공연에서 돋보이려면 무엇보다 노래를 잘 하고 율동이 매력적이어야 하며 동시에 요즘은 준수한 외모를 지녀야 한다는 것이다. 외국에서는 한국의 아이돌 가수들이 이 세 가지 조건을 거의 완벽하게 충족시키고 있다고 평가한다.

걸 그룹 '카라'가 왜 갈라질 위기에 있는가를 취재하던 일본 잡지 '주간문춘'의 간노 도모코 서울특파원은 "아이돌 그룹의 시작은 일본인데 근래 한국 아이돌 그룹의 인기는 가공할 수준이다. 아마도 일본 아이돌 그룹은 조만간 없어질 것 같다"고 말했다. 자신이 봐도 일본의 가수들보다 한국의 가수들이 모든 부분에서 우월하다는 것이다.

한국어에 능한 도모코 씨는 대화 중에 '신한류', '제2의 한류'라는 표현을 수차례 들먹였으며 지금 일본 전체에 한국 가수로 인해 소용돌이가 일어난 상태라고 전했다. 최근 내한공연을 가진 재일 한국인 출신 음악가 양방언의 얘기도 유사하다. 일본 나가노 현에 거주하는 그는 한국의 음악이 일본을 휘저으리라고는 상상도 못 했다며 경이감을 나타냈다.

"이건 너무 놀랍다. 한류는 한마디로 대성(大成)이며, 엄청난 비즈니스가 됐다. 이것은 문화는 물론 역사인식의 측면에서 비로소 일본 사람들이 한국에 대해서 열리고 있음을 의미한다. 이전까지는 한마디로 무관심 상태였다."

2010년부터 다시 불붙은 한류의 기세는 '코리안 인베이전' 또는 '케이팝(K-POP) 인베이전'이란 신조어 하나로도 위력을 실감할 수 있다. 인베이전이란 습격, 침공이란 의미다. 즉 세계 각국에 한국과 한국의 대중가요가 마치 침공을 가하고 있는 것처럼 문화시장에서 두각을 나타내고 있다는 뜻이다.

'코리아 인베이전'은 비틀스의 '브리티스 인베이전' 응용

'코리안 인베이전'은 과거 1960년대 비틀스를 비롯한 많은 영국 밴드들이 제 집 드나들 듯 마구 미국 땅을 공략했다는 의미에서 나온 '브리티스 인베이전(영국의 침공)'으로부터 응용된 말이다.

케이팝 인베이전은 일본과 중국에 한하지 않는다. 아시아는 물론 유럽과 미국에서도 상승의 흐름이 현저하다. 가수의 면면을 보면 일본의 경우, 최근 매체의 화제를 독점하고 있는 카라와 소녀시대에 머물지 않고 동방신기에서 갈라진 JYJ, 빅뱅, 샤이니, 2PM, 그리고 막 출항한 2NE1 등 많은 가수가 활약하고 있다.

1999년부터 시작된 1차 한류의 주역인 HOT, 베이비복스, 그리고 보아 등 몇몇 수준이 아니라 '다수'의 맹공이다. 초기 한류 때는 인베이전이란 말도 나오지 않았다.

2009년 〈쏘리 쏘리〉라는 곡으로 최고 음반 판매량을 보인 아이돌 남자그룹 '슈퍼주니어'는 중국은 물론, 특히 대만, 필리핀, 태국



연합

지난해 일본에 진출해 돌풍을 일으키고 있는 한국 아이돌 그룹 카라. 소속사와 갈등으로 해체설이 나돌았지만 일본에서의 인기를 막지 못했다.

등에서 열풍을 일으켰다. 이 지역에서는 2PM도 막강 인기를 누리고 있다. 한국 스타가수가 내린 동남아 지역 공항에서 10대 팬들이 와르르 몰려드는 소동은 이제 일상사가 됐다.

포미닛은 지난해 필리핀 방문 때에 국빈급 대우를 받았고 대만과 홍콩의 인기차트에서도 정상을 차지했다. 멤버 현아는 이들 국가의 기성세대한테 주요 관심 대상인 것으로 알려졌다. 브라운아이드걸스는 싱가포르를 정복했다. 한류의 뜨거운 흐름이 적어도 아시아에서는 미치지 않는 곳이 없다.

신한류의 위력은 국내 음악계에서 인지도가 낮음에도 해외에서는 인상적인 실적을 쌓고 있다는 점으로도 확인된다. 남성 아이돌 '티맥스'와 '초신성'이 여기에 해당하는데 3인조 티맥스는 일본에서 소극장 무대를 공략하면서 인기를 넓힌 결과, 이제는 3천 석 규모의 큰 극장을 빈틈없이 채우고 있으며 2009년 말에는 대만 싱가포르 베트남을 잇는 릴레이 콘서트로 상종가를 쳤다.

최근 신한류의 핵심 팀은 뭐니 뭐니 해도 카라와 소녀시대다. '엉덩이춤' '루팡춤'의 주인공 카라는 지난해 일본 도쿄 쇼케이스에서부터 인기가 폭발해 현재는 일본 최고 인기가수라고 할 만큼 가공할 열풍 속에 있다.

"소녀시대 아홉 멤버 모두가 비욘세!"

일본의 최고 스타 아무로 나미에와 닮았다는 점 때문에 더욱 주목받는 멤버 구하라를 비롯해 강지영, 니콜, 규리, 한승연 등 다섯 명 모두가 정상의 인기를 호령한다. 카라의 해체 위기에 일본 언론과 팬들이 흥분하는 것은 그만큼 카라의 인기가 막강하다는 반증이다. 일본 언론은 "동방신기도 그렇고 카라도 그렇고 유독 일본에서 사랑받는 그룹이 왜 깨지는 것인지 아쉽다"는 논지의 보도를 내보내고 있다.

소녀시대는 일본에서는 카라에 뒤진 듯하지만 아시아 전체로는 넘버원이다. 지난해 중국 상하이에서 첫 단독 콘서트를 통해 슈퍼스타 대접을 받았고 일본에 이어 태국과 대만 시장 정복을 눈앞에 두고 있다. "소녀시대 아홉 멤버 모두가 비욘세!"라는 말이 나올 정도로 미국에서도 급속 부상 중이다.

한류의 최종 목표라는 미국은 어떠한가. 미국을 선점한 비(정지훈)에 이어 보아가 빌보드 앨범 차트에 명함을 내밀었다. 주지하다시피 원더걸스는 지난해 권위 있는 빌보드 싱글 차트에 〈노바디〉로 한국 가수 사상 최초로 순위(76위)에 진입하는 쾌거를 일궈냈다. 2009년 11월 미국 타임지 인터넷 판 기사를 주목할 필요가 있다. 타임 인터넷판은 '빅뱅 이론'이라는 위트 있는 타이틀로 '한국의 아이돌 그룹 빅뱅이 비를 이을 차세대 한류 스타'라고 보도했다.

'여전히 비가 한국을 대표하는 인물이지만 일군의 가수들도 열심히 뒤따르고 있다. 빅뱅은 그중 가장 유망한 그룹이다.'

일본 가수들을 능가하는 막강한 흡인력

여기서 눈여겨볼 대목은 '일군의 가수들'이라는 표현이다. 미국시장에서 시작은 아직 미약하나 끝은 창대할 수 있다는 가능성을 우리만이 아닌 미국 음악계도 인정하고 있는 셈이다. 미국까지 왜 그런가. 미국 상륙의 전초전 혹은 수련장이라고 할 수 있는 일본을 위시한 아시아 시장에서 한국 출신 '일군의 가수들'이 맹위를 떨치고 있다는 사실을 알고 있기 때문이다.

중국과 일본을 거쳐 검증된 가수들이 언제든 미국시장을 공략할 수 있다고 본 것이다. 소녀시대가 이를 증명하기 직전이다.

왜 한국의 대중가수에게 아시아 사람들, 그리고 구미 사람들마저 열광하는 것일까. 구체적으로 경제력과 해외진출 역사에서 우위에 있는 일본의 제이팝(J-POP)이 왜 케이팝에 뒤지는 것일까.

일본의 음악계도 '아시아 음악시장의 주류가 일본에서 한국으로 넘어가고 있다'는 점을 공공연히 인정한다. 우리 대중가수들의 막강 흡인력은 도대체 어디에서 비롯하는 것인가.

흔히 무대에 임하는 엔터테이너에게 요구되는 3대 조건으로 노래(Singing), 춤(Dancing), 비주얼(Looks)이 꼽힌다. 공연에서 돋보이려면 무엇보다 노래를 잘하고 율동이 매력적이어야 하며 동시에 요즘은 준수한 외모를 지녀야 한다는 것이다.

우리는 우리를 모르지만 외국에서는 한국의 대중가수들이 이 세 가지 조건을 거의 완벽하게 충족시키고 있다고 해도 과언은 아니다.

먼저 한국 아이돌 가수들의 춤은 너무도 조직적이고 힘차며 잘 짜인 프로그램 속에서 움직인다. 일본 아이돌 그룹의 춤 동작은 우



2010년 한 해 소녀시대와 함께 국내 걸그룹을 양분한 실력파 여성 아이돌 그룹 2NE1. 3월 일본에 진출하는 2NE1을 두고 일본 언론은 'K-POP의 마지막 거물이 온다'고 보도했다.

리와 비교했을 때 상대적으로 느슨하다. 강한 임팩트에서 밀리는 것이다. 노래는 수긍하기 어려울 수도 있다.

립싱크와 가창력 부재로 국내 언론과 평단의 질타를 받아 왔지만 대만과 일본 가수들의 답답한 노래를 듣다 보면 우리 아이돌 가수의 가창력이 상대적으로 빼어나다는 것을 확인하게 된다. 기준이 미국 가수들이라면 부족할지 몰라도 아시아권에서 한국 대중가수들의 가창력은 최고 수준을 뽐내고 있는 것이다. 보아가 일본 열도를 석권한 원동력은 격렬한 춤 속에서 놓치기 쉬운 노래실력을 겸비한 덕분이었다.

무차별적인 외국 진출은 역풍 부를 수도

외모는 거의 글로벌 특급이다. 왜 비가 '한국의 저스틴 팀벌레이크'이며 왜 소녀시대가 '전원 비욘세'겠는가. 특히 걸 그룹의 특장은 비주얼이다. 일례로 브라운 아이드 걸스의 가인과 나르샤의 미모에 싱가포르 팬들은 맥을 못 춘다. 유럽 진출을 노리는 한 기획사 대표는 "해외 음악시장을 조사해 보면 한국 팝에 가장 관심을 보이는 게 한국 여가수들의 매력적인 비주얼로 나타나고 있다. 그들의 화두가 '코리안 걸'임을 적극적으로 이용해야 한다"고 말한다.

인디밴드 '국카스텐'은 2009년 8월 일본 시부야에서 있었던 '뮤직데이' 행사에 참여했을 때 일본의 팬들이 알아보는 데에 깜짝 놀랐다. '한국에서도 우리를 잘 모르는데 어떻게 우리를 알았느냐'고 물었더니 그들은 "한국의 TV프로 〈러브레터〉에 출연한 것을 보고 그 뒤 열성 팬이 됐다"고 답했다고 한다.

TV프로도 크게 작용하지만 신한류의 결정타는 국경이 없는 IT 세대의 지원과, 특히 마치 빛의 속도로 퍼져 가는 트위터, 페이스북, 그리고 유튜브 등 이른바 소셜네트워크 서비스(SNS)의 파괴력이 절대적이다. 국경이 없는 네티즌들이 재빨리 한국 인기가수의 정보를 파악해 팬덤을 구축, SNS를 통해 정보를 확대재생산하고 있기 때문이다. 슈퍼주니어는 그래서 필리핀에 가기도 전에 이미 슈퍼스타였다.

완연히 날개를 편 한류이지만 여전히 갈 길은 멀다. 우선 아이돌 그룹으로 편중된 협소한 콘텐츠의 한계는 시급히 극복해야 할 과제다. "한국에는 댄스음악밖에 없냐?"는 현지인들의 불만을 가볍게 넘겨서는 곤란하다. 관계자들은 아이돌 그룹에 쏠려 있는 현실이 한류를 혐오하는 이른바 '혐한류'를 가져올 소지가 있음을 경고한다. 어린 팬들이 열광하는, 반응이 빠른 틴 마켓을 전제해 아이돌 그룹으로 현상을 만들어냈다면 앞으로는 록, 재즈, 민족음악, 포크 등 장르를 다변화해 깊숙이 천착하는 예술적 조정기로 이동해 갈 필요가 있다.

또한 이제는 문화의 쌍방향 교류를 적극적으로 의식해야 한다. "한국의 가수는 막 들어오고 우리 가수는 한국에서 안 된다"는 인식이 고착되면 혐한류로 번질 수 있다. 이와 관련, 막 일본의 슈퍼스타인 후쿠야마 마사하루의 히트곡을 2AM, 비스트, 지나 등 한국가수가 우리말로 리메이크해 그의 한국 진출에 징검다리 역할을 해 준 것은 고무적이다.

무차별적으로 너무 많은 가수가 외국에 진출하는 것도 역풍을 맞을 수 있다. 교통질서가 요구된다. 한류의 실적에 취하는 단계를 벗어나 모처럼 획득한 '문화적 프라이드'를 긴 호흡으로 유지할 수 있는, 차분하고 지혜로운 방법론 모색에 골몰해야 한다. G

글 · 임진모 (음악평론가)

유튜브 · 트위터로 신한류 뜨고… 나르고

유튜브, 트위터, 페이스북으로 대표되는 SNS가 기존 한류에 날개를 달아 신한류로 변모시켰다. SNS는 몇몇 대중가수가 아니라, 누구에게나 열려 있는 세계로 가는 창구다.





유튜브에 공개된 소녀시대의 뮤직비디오 〈오〉(왼쪽)와 〈훗〉. 영상이 올라온 지 〈오〉는 1년, 〈훗〉은 3개월 남짓 되었는데 조회수가 각각 3천만 건, 1천만 건을 넘어섰다. 해외에서 소녀시대의 높은 인기를 짐작할 수 있다.

신한류 혹은 제2의 한류를 견인한 매체는 '소셜 네트워크 서비스' 이른바 SNS란 것이다. 옛날 같으면 연예인이 해외에 진출하려면 직접 해당 나라에 가서 활동하거나, 대중매체 홍보와 마케팅을 통해 인지도를 높여야 했다.

하지만 현재 일본을 강타하고 있는 걸그룹 '카라'와 '소녀시대'는 일본에 들어가기 전에 이미 팬들 사이에서 유명한 존재로 부상해 있었다.

동영상을 전문으로 하는 유튜브(Youtube), 140자 이내의 글을 통해 소통하는 트위터(Twitter), 구글과 함께 방문자 순위 세계 1~2위를 자랑하는 페이스북(Facebook) 등에 힘입은 결과였다.

이들은 소셜 네트워크 서비스의 대표적 사이트들이다. 온라인을 통한 음악 선전이 현대 음반 시장 거래의 필수가 되면서 SNS는 그중에서도 가장 민첩한 연계성을 가진 도구로 맹활약을 펼치고 있다.

실시간으로 해외 팬들에게 소식 전달

소녀시대가 지난해 발표한 곡 〈훗〉의 뮤직비디오는 유튜브 조회수 1천만 클릭을 넘어서 그들이 이전에 발표한 곡 〈지〉, 〈오〉, 〈런 데빌 런〉에 이어 벌써 네 번째 1천만 클릭을 돌파했다. 이러니 일본과 미국의 젊은 세대들이 소녀시대의 존재를 모를 수가 없다.

덕분에 소녀시대의 미국 팬 커뮤니티 '소시파이드'는 현재 회원 12만명에 하루가 다르게 그 숫자가 불어나고 있다. 카라를 비롯한 대부분의 아이돌 그룹이 트위터로 팬들에게 자신들의 활동상황이나 심경을 전한다.

인적(人的) 네트워크를 형성하는 1인 미디어, 1인 커뮤니티가 보편화되면서 이제 소비자는 일방적인 자료 전달에 목매지 않아도 되는 세상이 왔다. SNS는 자신이 만나고 싶은 사람을 지정할 수 있으며, 알고 싶은 분야만 고를 수 있는 편의성을 갖추었고, 그곳에만 시간을 투자해도 모자랄 만큼 방대한 정보를 전달하고 있다. 연결만 해놓는다면 알아서 전달해 주는 서비스를 제공한다.

진화된 마케팅 수단의 등장으로 엔터테인먼트 관계자들은 바빠졌지만, 오히려 예전보다 적은 예산과 시간을 사용하여 효율적인 광고를 할 수 있게 됐다. SNS가 국외 팬들에게 빠르고 정확한 한국 연예계 소식을 전달해 주는 역할을 맡으면서 한류를 이끄는 회사에 SNS는 이제는 필수불가결한 수단이 되었다. 하지만 SNS는 결코 주류 아이돌 그룹만이 누리는 혜택이 아니다.

전파 방송만큼이나 파괴력 있는 홍보에 목이 말랐던 인디 음악가들에게 SNS는 전보다 더 많은 이에게 본인을 알려주는 창구가 되고 있다.

실제로 음반 한 장 없이 길거리 연주를 하는 한 인디 음악가는 8만명이 넘는 트위터 친구를 관리하며, 그 힘으로 홍대 클럽에서 단독 콘서트를 열기도 했다. 이는 앞으로 한류의 물결에 비단 아이돌 그룹만이 아니라 누구나 참여할 수 있다는 얘기가 된다.

최근 SNS에 참여하는 엔터테인먼트 회사들이 많아지면서 대중가요와 가수들이 너무 빨리 소비되고 있다는 의견도 있지만 이런 의견에 너무 불안해할 필요는 없다. 누구도 시대의 도도한 흐름을 막을 수가 없기 때문이다.

정보를 심판하는 주체는 누리꾼들이다. SNS는 미디어와 대중의 권력분점 시대를 압축하는 주제어다. 해외 누리꾼들이 우리 대중가수에게 호응한다는 것은 그만큼 우리 가수와 음악이 매력적이며 차별화되어 있다는 이야기다. SNS와 함께 한국의 가수가 아시아 스타, 월드 스타로 점프하고 있다. G

글 · 임진모 (음악평론가)



서울 명동의 한 화장품 가게 앞에 걸린 가수 겸 탤런트 김현중의 사진에 일본인 관광객이 입 맞추며 기념사진을 찍고 있다.

김현중·이승기·강지환 '포스트 욘사마'로

국내 드라마가 속속 해외 수출·방영되면서 드라마에서도 한류 배우들의 지형도가 바뀌고 있다. 한류열풍의 주역이었던 한류 1세대 욘사마, 지우히메 자리는 '범상치 않은 기류'의 신(新)한류 스타들이 바통을 이어받고 있다.

일본, 중국, 동남아시아 등 아시아뿐 아니라 북미까지 지구촌 곳곳은 현재 '한국 드라마 본방사수' 훈풍이 이어지고 있다. 이 훈풍은 문을 꽁꽁 걸어 잠갔던 북한도 비켜 가지 못할 정도였다.

2010년 한류 드라마는 〈겨울연가〉나 〈대장금〉처럼 '열풍'까지는 아니었다. 이에 대해 드라마 콘텐츠 업계 관계자들 사이에선 "중화권의 경우 반한(反韓) 분위기와 해외 드라마 수입제한, 방송제한 등의 제도적 상황 때문에 이전보다는 한국 드라마의 시청률이 저조했다"는 평가가 지배적이다. 하지만 일각에선 "이전보다 더욱 다양한 소재의 드라마가 다량 해외로 수출됐기 때문"이라는 해석도 나오고 있다. 실제로 2010년은 예년보다 더욱 다양한 장르의 드라마가 해외로 수출, 방영됐던 해로 기록되고 있다.

한국문화산업교류재단이 각국 통신원들을 동원해 제작한 '2010년 해외 한류 동향' 보고서에 따르면 한국 드라마가 여전히 인기를 끌었던 국가는 일본, 중국, 홍콩, 대만, 인도네시아, 몽골, 카자흐스탄 등으로 나타났다.

일본의 경우 후지TV에서 평일 오후 2시부터 한국 드라마를 방송하는 '한류알파(韓流α)'를 통해 드라마 〈찬란한 유산〉이 방영돼 동시간대 시청률 1위를 기록하기도 했다. 중국은 2007년 이래 정부의 해외 드라마 수입제한 정책에 따라 한국 드라마가 공중파를 통해 방영되는 비율이 점차 줄어들고 있는 실정이다. 〈찬란한 유산〉은 공중파보다 인터넷에서 10·20대들에게 큰 인기를 끌었다.

다양한 장르 수출로 팬층 두터워져

2010년 중국에선 공중파를 통해 〈여왕의 조건〉〈찬란한 유산〉〈아가씨를 부탁해〉〈헬로우 애기씨〉〈일지매〉〈며느리 전성시대〉 등이 방영됐다.

여기에 중국 대표 포털 중 하나인 소후(www.sohu.com)가 한국 드라마 전용채널 사이트(tv.sohu.com/korea)를 열어 한국 드라마를 제공하면서 '한류'를 이어 갔다. 2010년 중국에서 방영된 한국 드라마는 총 14편이다. 그중 가장 높은 조회를 기록한 드라마는 〈찬란한 유산〉〈내 여자 친구는 구미호〉〈장난스런 키스〉 순이다.

홍콩에서는 한국 드라마가 지상파 프라임 타임대를 거의 지배

할 정도였다. 주로 가족드라마가 강세였다. 대만에서는 한국 드라마가 평균 시청률 2퍼센트를 보이며 많은 이슈들을 만들어 냈다. 드라마에서 시작된 한류 열기는 드라마 OST, 패션에까지 확대·재생산됐다. 2010년 1월 1일부터 12월 7일까지 한국 드라마 시청률을 살펴보면 〈분홍립스틱〉이 2.79퍼센트의 시청률로 1위를 차지했다. 〈파스타〉〈다함께 차차차〉〈미남이시네요〉〈동이〉가 뒤를 이었다. 특히 〈동이〉는 대만에서 반한감정이 정점을 찍었던 2010년 11월에 방영을 시작했음에도 불구하고 11~12월 약 44만명이 시청했을 정도로 높은 인기를 끌었다.



강지환은 일본의 한 한류 전문 사이트 설문 결과 '2010년 최고의 남자배우'로 선정됐다.



지난 해 3월, 〈찬란한 유산〉의 주연배우 이승기가 후지TV의 초청으로 일본을 방문해 포즈를 취하고 있다.

태국에서는 공영방송 채널 3과 채널 7이 경쟁적으로 한국 드라마를 방영했다. 그중 채널 3에서 방영한 〈선덕여왕〉은 태국 시린톤 공주가 즐겨 본 드라마 중 하나로 알려져 화제를 모았다. 당시 시청률 4.2퍼센트를 기록했다. 인도네시아에선 〈미남이시네요〉가 인기에 힘입어 재방영되기도 했다. 몽골에서는 〈아이리스〉와 〈자이언트〉〈분홍립스틱〉〈제빵왕 김탁구〉 등이, 카자흐스탄에서는 〈주몽〉의 인기가 폭발적이었다.

공익근무 김남길 근무처 찾아오는 해외 팬들

인기 드라마와 함께 드라마 속 주인공이었던 배우들이 새로운 한류 스타로 급부상했다. 〈꽃보다 남자〉를 통해 한류 스타로 등극한 김현중은 '제2의 욘사마'로 불리며 일본 내 입지를 확고히 다지고 있다. 그가 주연한 〈장난스런 키스〉도 최근 대만 케이블 TV 통해 방영, 시청률 1위를 기록하고 있다.

일본 내 한류 전문 사이트 이노라이프가 작년 12월 중순에 진행한 설문에선 〈커피하우스〉의 강지환이 전년도 권상우의 바통을 이어받아 시청자가 뽑은 한국 남자배우 1위에 이름을 올렸다. 2위는 〈미남이시네요〉의 장근석이, 3위는 〈찬란한 유산〉〈내 여자 친구는 구미호〉의 이승기가, 4위는 〈나쁜 남자〉의 김남길이 차지했다.

장근석은 〈미남이시네요〉 인기몰이에 힘입어 중국, 태국에 이어 일본까지 아시아 광고 '트리플 크라운 달성' 소식을 전했다. 오는 3월 발매하는 첫 싱글에 대한 반응도 폭발적이다. 그의 첫 싱글 앨범은 일본의 유명 음반 온라인 사이트 HMV에서 음악 부문 종합&예약 랭킹 1위를 기록했다.

지난해 나라 안팎에서 〈내 여자 친구는 구미호〉〈찬란한 유산〉 등으로 인기몰이를 한 이승기는 한류열풍으로 문화 콘텐츠 발전에 기여 한 공로를 인정받아 정우성, 카라와 함께 '2011 콘텐츠 한마음 신년인사회'에서 한류 유공자상을 받았다.

〈선덕여왕〉〈나쁜 남자〉를 통해 신한류 스타로 주목받은 바 있는 김남길도 지난해 7월 군 입대 당시 대만 팬들이 충남 논산 입소 현장을 찾아 한류열풍이 여전히 식지 않았음을 증명했다. 현재 그가 공익근무요원으로 근무하고 있는 강남구도시관리공단 측 한 관계자는 "배치 초기에는 업무를 볼 수 없을 정도로 많은 팬이 몰렸으며 요즘도 해외 팬들의 발길이 이어지고 있다"고 전했다.

드라마 〈성균관 스캔들〉의 '꽃선비' 송중기도 신한류 스타로 주목받고 있다. 드라마 인기와 함께 '동반성장'한 송중기는 작년 12월 싱가포르 팬 사인회에 3천여 명이 몰리는 등 신한류 스타임을 인증했다. 이후 직접 펴낸 남성 그루밍 서적 〈피부미남 프로젝트〉를 대만에 수출하는 등 활발한 활동을 이어 가고 있다.

'병역 문제가 겹쳐 아쉽다'는 지적이 있지만, 최근 인기리에 종영한 드라마 〈시크릿가든〉의 현빈도 영화 〈만추〉 개봉과 함께 신한류 대열에 가세했다. 〈시크릿가든〉은 1월 12일 기준 일본과 중국, 대만, 태국, 미국 등 13개국에 팔려 추후 '현빈앓이'가 해외로 퍼져나갈 지 기대를 모은다.

한혜진은 아랍권 한류여왕… 알자지라와 인터뷰도

2011년엔 여자 배우들의 활약이 두드러질 것으로 예상된다. 한혜진은 아랍권 최대 뉴스 방송인 알자지라(Al jazeera)와 특별 인터뷰를 하며 새로운 한류 여왕임을 인증받았다.

그녀가 주인공을 맡은 〈가시나무새〉 촬영장에서 가진 인터뷰는 알자지라 측의 특별 요청으로 성사됐다는 후문이다.

〈미남이세요〉를 통해 일본과 중국 등에서 차기 한류 스타로 부상 중인 박신혜를 비롯해 구혜선, 한지혜, 이정현, 김아중 등도 올해 해외 진출에 박차를 가할 예정이다. 한효주는 3월 중 〈동이〉의 일본 방영을 앞두고 〈대장금〉의 이영애를 이을 차세대 스타로 주목받고 있다. 이에 따라 올해는 남자 배우 중심이었던 한류가 여자 배우 중심으로 이동할 가능성이 높다는 조심스러운 예측도 나오고 있다. G

글·박근희 기자

‘스크린 한류’ 유럽 팬 심금 울린다






영화 한류를 일으킨 1세대는 박찬욱 · 이창동 감독, 2세대는 홍상수 · 김기덕 감독이라고 할 수 있다. (왼쪽부터)올 베를린 영화제 단편부문에서 금곰상을 탄 박찬욱 감독은 칸 영화제에서 심사위원 대상 · 심사위원상을 수상했고, 이창동 감독은 베니스 영화제 감독상 · 칸 영화제 각본상을 받았다. 홍상수 감독은 칸 영화제에서 주목할만한 시선상을 수상했고, 김기덕 감독은 베를린 영화제 감독상 · 베니스 영화제 감독상을 받았다.

‘한류’가 본격화되기 시작한 2000년대 초반까지만 해도 사실 한국 영화와 연관해 한류를 말하기란 여의치 않았다. 그것은 어디까지나 그 기원이 된 드라마나 가요 분야에 해당되는 현상이자 경향이라 해야 마땅했다. 그럼에도 영화 한류를 말할 수 있었고 말했던 건 일종의 편승 효과 덕분이었다. 그러나 이제 그 확신은 뒤바뀌어버렸다. 2000년을 전후한 시점부터 이미 영화에서도 한류가 형성 · 확산돼 갔으며, 현재도 진행 중이다.

이런 변화의 결정적 계기는 올 베를린영화제(2월 10~20일, 현지 시각 기준)다. 영화제는 박찬욱-박찬경 형제 감독이 스마트폰으로 빚어낸 〈파란만장〉과 양효주 감독의 한국예술종합학교 영상원 졸업 작품 〈부서진 밤〉에 단편 경쟁 부문 금곰상과 은곰상(심사위원상)을 동시에 안겨주고 막을 내렸다.

올 베를린 영화제 단편부문 금곰상 · 은곰상 수상

베를린 영화제는 이른바 세계 3대 영화제 중 하나. 장 · 단편 불문하고 우리 영화가 칸, 베를린, 베니스 영화제에서 최고상을 안은 건 이번이 처음이다. 그간의 관례를 깨고 한 나라 영화들에 1등상과 2등상을 몰아준 것도 베를린 영화제 사상 최초다.

이번 쾌거는 물론 심사위원들을 매혹시킨 두 작품의 영화적 수준 덕분에 가능했을 터. 그 사실은 심사평에서도 여실히 입증된다. 그들은 〈파란만장〉에 대해 “작은 기적”, “위대한 상상” 등 흔치 않은 감정적 수사를 동원하며 극찬을 아끼지 않았다. G20세대인 양효주 감독의 〈부서진 밤〉에 대해서는 강렬한 딜레마에 빠진 반 영웅적 캐릭터와 복합적 플롯 등의 항목을 들며, 만장일치로 결정했다고 밝혔다.

이 기념비적 쾌거는 한류를 말하지 않고 논할 순 없을 듯하다. 상기 수상과 연관해서만이 아니다. 2011 베를린 영화제를 관통한 ‘한국 영화 바람’은 예상 이상으로 뜨겁고 강했다.

TV 드라마 〈시크릿 가든〉 이후 전격 조성된, 소위 ‘현빈 앓이’가 베를린 현지에서도 재현됐다. ‘현빈 효과’를 톡톡히 본 경쟁 부문 진출작 〈사랑한다, 사랑하지 않는다〉(이윤기 감독)와 포룸 진출작 〈만추〉(김용태)만이 아니다.

총 10편이 초청된 우리 영화는 섹션이나 장 · 단편 아랑곳없이 시쳇말로 “인기 짱!”이었다. ‘비타협영화집단’ 곡사가 제작하고 김선 감독이 연출한, 지독히 비타협적이고 도발적인 〈자가당착〉마저도 7백50석의 상영관인 델피 필름팔라스트를 북적거리게 했으며, 관객과 대화 시간엔 적잖은 질문들을 끌어냈다. 그러니 어찌 한류를 말하지 않을 수 있겠는가.

지난 10여 년간 가장 주목할 만한 활력을 보여온 내셔널 시네마 중 하나가 한국 영화라는 건, 해외의 숱한 영화 전문가들의 중평이다. 2000년대를 거치며 세계 3대 영화제들은 앞다투어 한국 영화들을 초청했으며, 비록 최고상은 아니어도 크고 작은 상들을 안겨주었다.

그 대표적 사례가 2004년 칸 경쟁 부문에 첫 진출해 심사위원대상을 거머쥔 박찬욱 감독의 〈올드 보이〉다. 그때부터 한국 영화는 ‘올드 보이 이전’과 ‘올드 보이 이후’로 나뉘면서, 한류의 주변부에서 주역으로 급부상했다. G

글 · 전찬일 (영화평론가 · 부산국제영화제 프로그래머)

기획단계부터 판 키워 세계 무대 올린다

TV드라마, 가요(K-POP)에 이어 뮤지컬도 한류바람을 일으키기 위해 첫발을 내디뎠다.

한국뮤지컬 〈천국의 눈물〉과 〈미션〉은 공통적으로 한국의 기획력 · 자본력이 해외 스태프와 만나 완성된 글로벌 프로젝트다. 〈천국의 눈물〉은 각각 뮤지컬계와 엔터테인먼트계를 대표하는 설도윤 프로듀서와 김광수씨가 기획과 제작을 맡고 브로드웨이 스태프와 공동작업한 작품이다. 〈미션〉은 신생 뮤지컬제작사 상상뮤지컬컴퍼니가 영화 〈미션〉의 주제곡 작곡자 엔니오 모리코네로 대표되는 이탈리아 스태프와 함께 완성했다.



에이콤

뮤지컬 〈영웅〉 2막에서 안중근(정성화 · 오른쪽)이 이토 히로부미(조승룡)를 저격하는 장면.

〈천국의 눈물〉은 3월 19일까지 한국공연이 끝나면 일본 등 아시아 시장 공략을 시작으로 유럽에 이어 미국 브로드웨이 진출까지 내다보고 있다.

설도윤 프로듀서는 "해외 시장 진출을 염두에 두고 음악과 대본을 영어로 먼저 쓰고 한국어로 번역했다. 작품의 판권, 배급권 등 모든 권리를 한국 측이 갖고 있어 세계 어디에서 공연해도 로열티를 받을 수 있다"고 말했다. 또 "일본 등 아시아권에서는 한국어로, 기타 지역에서는 영어로 무대에 올리게 될 것"이라고 덧붙였다.

〈천국의 눈물〉 〈미션〉 등 영어 대사 글로벌 프로젝트

작품의 대대적 손질이 불가피한 〈미션〉 역시 이탈리아를 비롯해 유럽, 브로드웨이 진출까지 모색하겠다고 제작사가 밝힌 바 있다.

또 다른 한국뮤지컬 〈영웅〉도 세계 시장을 겨냥하고 있다. 〈영웅〉은 오는 5월 말 미국 로스앤젤레스 팬티지시어터(2700석)에서, 8월 중순 뉴욕 링컨센터(2천5백석)에서 3주씩 무대에 오른다. 2013년 일본 진출도 희망하고 있다.

윤호진 에이콤인터내셔널 대표는 "뉴욕 공연에서 미국 현지의 프로듀서들로부터 〈영웅〉이 영어버전으로 만들어도 충분히 승산이 있겠다는 평가가 나오면 브로드웨이에서 제작하는 영어버전의 〈영웅〉도 만들 계획"이라고 말했다. 이어 윤 대표는 "일본자본을 투자받아 일본에서 먼저 개막하는 새로운 버전의 한국뮤지컬 〈몽유도원도〉도 빠르면 내년 하반기 선보일 것"이라고 밝혔다.

세계 시장 진출을 목표로 한 작품 중에서는 동명 영화를 원작으로 한 〈과속스캔들〉과 〈늑대의 유혹〉도 빼놓을 수 없다. 신춘수 오디뮤지컬컴퍼니 대표가 기획하고 제작해 오는 8월 서울 충무아트홀 대극장에 올릴 예정인 〈과속스캔들〉은 브로드웨이 입성을 목표로 이미 브로드웨이의 실력파 크리에이티브 팀을 구성해 작업 중이다.

오는 7월 서울 코엑스아티움에서 개막하는 PMC프로덕션 제작의 〈늑대의 유혹〉은 범아시아를 겨냥한 작품이다.

송승환 PMC프로덕션 대표는 "〈늑대의 유혹〉은 1990년대 중반부터 최근까지 일본 등 아시아에서 큰 인기를 모은 한국 가요로 이뤄진 주크박스 뮤지컬로, 아시아 각국에서 명성을 얻고 있는 아이돌 스타를 캐스팅할 계획"이라고 밝혔다.

한국뮤지컬의 세계를 향한 이 같은 도약의 날갯짓은 적극 장려할 만한 일이다. 최근 10년간 국내 뮤지컬 시장이 비약적인 성장을 거듭했다고는 하지만 내용적으로 비싼 로열티를 지불해야 하는 수입뮤지컬이나 번안뮤지컬이 공연의 주를 이뤘기 때문이다.

"프리뷰 등 중간점검 거쳐 완성도 높여야"

관건은 작품의 완성도. 〈천국의 눈물〉의 경우 스토리 보완이 좀 더 필요하다는 게 전문가들의 중론이고, 〈미션〉의 경우는 작품성 논란으로 초기 관객에게 무료로 다시 공연을 보여주겠다는 '리콜' 발표까지 했다. 이 같은 시행착오를 줄이는 방법으로 브로드웨이 등에서는 여러 단계의 중간점검 과정을 거친다.

대본과 음악만 들려주는 독해, 트라이아웃(공식무대에 앞서서 관객 반응을 살피기 위해 지방에서 먼저 하는 시범공연), 프리뷰(사전공연) 등을 통해 전문가들과 관객의 검증을 받은 다음 본 공연에 들어가는 것이다. G

글 · 박주연 (경향신문 문화부 기자)



2010광저우아시안게임 남자 자유형 100m결승에서 우승한 박태환의 포효.



2010밴쿠버동계올림픽에서 피겨 여왕에 오른 김연아의 행복한 미소.

국민에게 희망 안겨준 젊은 영웅들

수영 황제 박태환의 포효, 피겨 여왕 김연아의 눈물, 남녀 스피드 스케이팅 모태범 · 이상화의 미소 그리고 U-17 여자월드컵 우승 소녀들의 거침없는 환호, 초록필드를 누비는 '박세리 키즈'…. 스포츠계의 한류는 이렇게 당당하고 거침없는 G20세대 스타들이 이끌고 있다.

'1년을 기다린 여왕의 귀환-당신의 함성이 아름다운 점프가 됩니다.'

최근 인터넷에서는 '피겨 여왕' 김연아(21 · 고려대)를 응원하기 위한 '피겨퀸의 아리랑' 영상이 화제다. '피겨퀸의 아리랑' 영상은 오는 3월 21~27일 일본 도쿄 요요기경기장에서 열리는 피겨스케이팅 세계선수권대회에 참가하는 김연아를 응원하는 내용을 담고 있다.

이 영상은 2010년 밴쿠버 동계올림픽 등에서 보여준 김연아의 활약상을 담았다. 〈죽음의 무도〉,〈007 테마곡 메들리〉 등 김연아의 경기 모습들이 파노라마식으로 펼쳐지며 '그날'을 돌아보게 만든다.

당시 밴쿠버 동계올림픽의 백미는 마지막 날 프리프로그램 경기였다. 바로 앞 순서인 동갑내기 라이벌 아사다 마오(21 · 일본)가 매끄럽게 연기를 끝내자 환호가 장내를 뒤덮었다. 순간 김연아의 표정이 살짝 굳어졌다.

전광판으로 눈을 돌린 김연아는 아사다 마오가 시즌 최고점을 기록한 것을 확인하고는 오히려 여유 있는 미소를 지으며 흔들림 없는 연기를 펼쳤고 대한민국 G20세대다운 대담함을 과시하며 여왕에 등극했다.

지난 일 년간 경기에 출전하지 않고 새 프로그램 연습에 몰두해 온 김연아는 이번 대회에서 〈아리랑〉을 각색한 새 프로그램 〈오마주 투 코리아〉를 선보인다.

밴쿠버 동계올림픽의 '스피드 스케이팅 금메달 삼총사'도 대표적인 G20세대 스포츠 스타다. 5백미터 남녀 금메달리스트 모태범(22 · 한국체대 졸업), 이상화(22 · 서울시청)와 1만미터 우승자 이승훈(23 · 한국체대 졸업)은 어느 올림픽 때보다도 당당하고 여유있는 '스포츠 영웅'의 모습을 보여 신선함을 선사했다.

이승훈 동계아시안게임서 3관왕 질주

이들 중 이승훈은 지난 1월 30일~2월 6일 열린 2011년 아스타나-알마티 동계아시안게임에서 3관왕에 올랐으며 모태범도 두 개의 은메달을 획득했다. 이상화도 여자 5백미터 동메달을 목에 걸었다.

G20세대 스포츠 스타 선두주자로는 2008년 베이징 올림픽 수영에서 한국 올림픽 사상 처음으로 수영 금메달(4백미터)을 목에 건 박태환(22 · 단국대)을 빼놓을 수 없다.

잠시 침체기를 겪은 박태환은 2010년 들어 팬퍼시픽수영선수권대회 남자 자유형 4백미터 우승 이후 광저우아시안게임을 통해 확실한 부활을 알렸다. 남자 자유형 1백미터, 2백미터, 4백미터에서 우승하며 개인 종목 3관왕을 비롯해 7개의 메달을 목에 건 것이다.

광저우아시안게임 동안 박태환과 함께 '국민 수영남매'로 불린



“우리 금 맞아요!” 밴쿠버동계올림픽 스피드 스케이팅 삼총사 모태범, 이상화, 이승훈(왼쪽부터).





‘박세리 키즈’의 대표주자인 최나연(왼쪽 사진)과 신지애.

정다래(20·서울시청)도 있다. 정다래는 여자 평영 200미터에서 한국의 12년 만의 여자수영 금메달을 따낸 뒤 소감을 묻는 기자들에게 솔직하고 엉뚱한 모습을 보여 ‘4차원 소녀’로 불렸다.

얼음과 물에서 스포츠 한류를 이끈 G20세대가 있었다면 초록 잔디에서 스포츠 한류를 이끈 ‘슈팅 라이크 베컴’ 소녀들도 있다.

U-17 우승으로 한국여자축구의 희망을 쐈다

지난해 9월 26일 트리니다드토바고의 수도 포트오브스페인으로부터 날아든 한국의 2010 국제축구연맹(FIFA) U-17 여자 월드컵 우승 소식은 한국 여자 축구의 밝은 가능성을 보여준 쾌거였다.

스파이크를 신고 있을 땐 연장전에 이어 승부차기까지 끈질긴 투혼을 보여주던 간판 공격수 여민지(18·함안대산고)를 비롯한 태극소녀들. 그러나 이들은 청와대 환영리셉션의 아이돌 그룹 샤이니의 샤방 미소 공연 앞에선 거침없이 뛰쳐나와 열정을 발산하는 순수소녀들이기도 했다.

골프의 글로벌 필드에서는 1997년 외환위기 당시 경기 중 연못 근처에 떨어진 공을 치기 위해 양말 벗고 나섰던 박세리(34)의 강인한 모습을 보고 자란 ‘박세리 키즈’들이 코리아의 이름을 드높이고 있다. 대표적인 ‘박세리 키즈’가 신지애(23·미래에셋)다. 2008년 미국여자프로골프(LPGA) 투어 브리티시 여자오픈 우승, 그것도 최연소 우승으로 세계 골프팬들을 깜짝 놀라게 한 신지애는 우승 이후 “박세리의 모습을 보고 자랐다”고 밝혀 ‘박세리 키즈’로 불리기 시작했다.



불꽃 같은 열정으로 U-17 여자 월드컵에서 우승컵을 안은 여자축구 대표선수단.

신지애는 이어 2009년 LPGA 투어 올해의 신인상, 상금왕, 미국골프기자협회 올해의 최우수여자선수상 등을 수상했다.

2010년 들어 LPGA 투어 에비앙 마스터스 우승 등 꾸준한 성적을 내온 신지애는 지난 2월 대만의 청야니(22)와 겨룬 유럽여자프로골프투어(LET) 호주여자오픈에서 청야니에 이어 준우승을 차지했다. 신지애는 호주여자오픈과 ANZ호주마스터스에 이어 LPGA 투어 개막전 혼다 LPGA 타일랜드까지 3주 연속으로 우승하는 무서운 상승세의 청야니와 세계 정상을 놓고 겨루고 있다.

신지애·최나연·김인경, 대만 청야니와 지존 대결

청야니의 상승세 견제에 나선 또 다른 ‘박세리 키즈’들도 있다. 최나연(24·SK텔레콤)도 대표적인 ‘박세리 키즈’.

최나연은 2010년 LPGA 투어 제이미 파 오웬스 코닝클래식 우승, LPGA 하나은행 챔피언십 우승, LPGA 투어 상금왕 등을 거머쥐며 세계여자 골프계의 정상에 근접하고 있다.

2005년 US여자주니어골프선수권대회에서 우승하며 일찌감치 ‘싹’을 보인 김인경(23·하나금융)도 있다. 김인경은 2007년 LPGA에 입회한 뒤 2010년에도 LPGA 투어 로레나 오초아 인비테이셔널에서 우승, 필드에서 활약하는 G20세대의 한류 스포츠 스타 대열에 합류하고 있다. G

글·박경아 기자

'맛있는 한류'… 세계의 입맛 사로잡다

한국이 새로운 미식의 나라로 떠오르고 있다. 에드워드 권을 비롯해 젊은 스타 셰프들의 탄생은 이를 더욱 촉진시켰다. 젊은 스타 셰프들은 세계 속 미식 문화의 새 바람을 일으키며 한국의 맛을 알리고 있다. 더불어 한식이 웰빙식으로 각광받으면서 맛의 신한류를 이끌고 있다.





젊은 스타 셰프들은 한식을 가미한 수준급의 요리로 세계를 감동시키고 있다. 사진은 왼쪽부터 에드워드 권 셰프, 상훈 드장브르 셰프, 양지훈 셰프, 임정식 셰프.

2009년 미국 LA에서 한식이 맛의 돌풍을 일으켰다. 한인2세들이 주축이 돼 만든 이동식당 '고기 코리아 BBQ 투고'에서 선보인 퓨전한식이 대박 난 것이다. 젊은 사장 로이 최씨가 개발한 '불고기타코', '김치타코' 등은 미국 젊은이들 사이에서 날개 돋친 듯 팔려나갔다.

김치와 불고기에 멕시코 음식 타코를 접목한 '한국식 타코'였다. '불고기타코'의 인기가 미국 전역으로 퍼지면서 로이 최씨는 미국에서 '2010년 떠오른 요리사 10인'에 선정되기도 했다.

웰빙식으로 각광받으며 한식 세계화도 확산

해외에서 한식이 새로운 미식으로 각광받고 있다. 전 세계적으로 웰빙식에 대한 관심이 높아지면서 해외 속 한식당도 늘고 있다. 한식재단은 전 세계적으로 한식당 약 1만 개가 운영되고 있으며 앞으로 더욱 확대될 것으로 보고 있다. 막걸리, 비빔밥 등 한식 수요가 늘면서 외식기업의 해외진출도 발 빠르게 진행되고 있다.

CJ 푸드빌은 2010년 비빔밥 전문점 '비비고(Bibigo)'로 중국, 미국, 싱가포르 등 세계 시장에 진출했다. CJ 푸드빌 관계자는 "현재 3개국에서 운영하고 있지만 올해 중국에 매장을 늘리고 일본으로 진출할 예정"이라며 "세계 시장에서 비빔밥 반응이 좋고 특히 싱가포르에서 인기가 많다"고 전했다.

미국 내 1호점, LA '비비고' 데니스 태 점장은 "보통 하루에 3백~3백50여 명의 고객이 방문하는데, 이 중 80퍼센트 이상이 현지인들이다. 현지인들이 가장 좋아하는 메뉴는 돌솥비빔밥인데, 먹는 동안 음식이 따뜻하게 유지되기 때문에 특히 선호한다"고 전했다.

CJ 푸드빌은 2014년에는 5백 개의 매장을, 2015년에는 1천 개 매장을 북미, 중국, 일본, 동남아, 유럽 등 전 세계에 오픈할 계획이다. 비단 한식의 인기뿐만 아니라 국내 요리사들이 세계에서 인정받는 사례가 늘고 있다. 특히 세계시장을 경험한 젊은 스타 요리사들의 해외 진출이 활발하다.

젊은 스타 셰프 탄생의 시발은 '에드워드 권'씨라 할 수 있다. 두바이의 최고 호텔, 버즈 알 아랍 호텔에서 수석주방장을 도맡았던 그의 세계적인 요리사 경력은 너무나도 유명하다. 그의 성공 스토리가 널리 알려지면서 젊은이들 사이에서 '셰프'라는 직업이 주목받기 시작했다.

에드워드 권씨는 지난해 'G20 정상회의 성공기원 스타 서포터즈 발대식'에서 홍보대사로 위촉돼 활동하기도 했다. 발대식은 서울 G20 정상회의에 대한 국민들의 관심과 참여를 확산시키고자 마련된 자리로 국민 스타급의 유명인들이 홍보대사로 위촉됐다. 에드워드 권은 요리사 중 유일하게 참여했다.

에드워드 권은 발대식에서 "10년 전 미국과 중국에서 일할 때 대

한민국을 모르는 동료들이 많아 설움을 겪기도 했지만 최근 두바이에서 일할 때는 대한민국의 높아진 브랜드 가치를 경험해 뿌듯했다"며 "지금도 해외 곳곳에서 활동하고 있는 많은 인재가 대한민국이라는 이름 하나만으로 주목받고 인정받을 수 있도록 성공적인 서울 G20 정상회의 개최를 기원한다"고 소감을 밝혔다.

해외서 인정받는 젊은 셰프 늘어나

최근에는 젊은 스타 셰프들이 대거 탄생하면서 맛의 신한류를 이끌고 있다. 네티즌 사이에서 '압구정 아이돌 셰프'로 통하는 임정식씨는 올해 미국 진출을 앞두고 있다. 미국 뉴욕에서 오픈할 예정인 레스토랑이 막바지 공사에 들어갔다. 그는 현재 압구정에서 고급 코스 요리를 선보이는 '한식 파인 다이닝'을 운영한다. 그의 이름을 따서 '정식당'이다.

임정식 셰프는 자신의 요리를 새로운 한식 장르를 창조해 가는 'New Korean Cuisine(새로운 한식 요리법)'으로 소개한다. 일례로 대표메뉴 '오감만족 돼지보쌈'은 흔히 먹는 돼지보쌈을 새롭게 해석하여 고급 요리로 만들었다. 임정식 셰프는 "뉴욕에서 레스토랑을 오픈하는 게 오랜 꿈이었다"며 "세계 시장에 도전해 실력으로 평가받겠다"고 말했다.

그는 대표적인 G20세대다. 어릴 적부터 괌, 미국 LA 등 해외 현지에 사는 친척들 덕에 다양한 식재료를 접했다. 굉장한 식도락가였던 그는 군대에서 취사병으로 있으면서 요리에 눈을 뜬다. 이후 세계 3대 요리학교 중 하나인 미국 CIA(Culinary Institute of America)를 졸업하고 유럽에서 미슐랭 2스타, 3스타급의 레스토랑들을 돌며 식도락 여행을 즐겼다. 이 같은 경험으로 그는 한식의 식재료를 가지고 세계인도 감탄하는 퓨전 한식을 내놓는다.

대중에게 일명 '대인배 양셰프'로 인기를 끈 양지훈 셰프도 세계 진출을 앞두고 있다. 양 셰프는 2009년 MBC 〈무한도전 식객특집 3탄-뉴욕편〉에서 무한도전팀의 요리지도를 맡아 외국인들에게 한식을 알리기도 했다.



CJ푸드빌

CJ푸드빌의 비빔밥 전문점 '비비고'가 해외 시장에서 대인기를 끌고 있다. 사진은 미국 LA '비비고'점에서 현지인들이 한식을 즐기고 있다.

그가 총주방장으로 일하는 외식업체 '101그룹'은 올해 한식을 테마로 한 반조리식품을 해외 시장에 내놓을 예정이다. 그의 요리 솜씨는 국내에서 이미 유명하다. 그가 일하는 서울 서대문구의 '남베101'은 파인 다이닝으로 운영된다.

수준급의 고급 요리로 정평이 나서 비즈니스 계열의 외국인 손님들도 많이 찾는다. 그 역시 해외에서 요리를 경험한 G20세대다. 프랑스 요리학교인 르 코르동 블루를 졸업 후 일본, 미국, 두바이 등 세계의 유명 레스토랑에서 일하며 경험을 쌓았다.

자라나는 새싹들의 세계를 향한 도전도 돋보인다. 2010년 9월 캐나다에서 열린 제40회 국제기능올림픽대회에서 요리 부문에 출전한 19세의 박성훈씨가 동양인 최초로 금메달을 따는 기염을 토했다.

한국계 셰프들도 맛의 신한류에 일조하고 있다. 상훈 드장브르씨는 어릴 적 벨기에로 입양된 한국계 요리사다. 그가 운영하는 '래르뒤땅'은 미슐랭 2스타급 레스토랑이다. 세계적 레스토랑 가이드북 '미슐랭'이 부여하는 스타는 세계 미식가들 사이에서 상당한 권위를 지닌다.

한국 식재료에 영감받아 한식 코스 요리 개발도

세계 정상급 셰프 반열에 오른 상훈 드장브르 씨는 고국인 한국 요리에 관심이 많다. 2010년 2월 벨기에에서 개최된 '플레미시 프리미티브(Flemish primitive)'에서 김치를 활용한 요리를 소개하고 2010년 9월에는 '서울 고메(Gourmet) 2010' 행사에서 한국 식재료에 영감을 받은 분자요리를 선보이기도 했다.

2010년 10월에는 벨기에에서 개최된 아시아유럽정상회의(ASEM)를 계기로 자신의 레스토랑에서 한식 코스요리 시판 행사를 열었다. 그만의 요리로 해석한 해물파전과 고추장, 돼지수육, 쇠갈비, 김치, 인삼 등을 포함한 한식코스 요리다.

이날 초청받은 한식세계화 추진단 명예회장인 영부인 김윤옥 여사는 "식도락가의 천국이라 불리는 벨기에에서 최고의 요리사에 의해 한식이 소개된다는 것은 상당한 의미가 있다"고 평가했다. 이어 김 여사는 한식 코스요리를 개발한 상훈 드장브르 셰프를 한식 홍보대사로 위촉하면서 유럽지역에 한식을 알리는 데 큰 역할을 해 줄 것을 당부했다.

상훈 드장브르 셰프는 "한식 홍보대사로 위촉된 것을 매우 기쁘게 생각하며 한식이 세계화하기 위해서는 현지인의 식문화에 맞게 변형이 필요하다"면서 "앞으로 고객 반응을 모니터링하면서 한식 코스 요리를 계속 발전시켜 나갈 계획"이라고 밝혔다. G 글·이제남 기자

한류를 상상하라, 한류를 디자인하라

최근 유명 국제디자인어워드에 수상하거나, 글로벌 브랜드 기업에서 활약하면서 신한류 대열에 합류하고 있는 젊은 디자이너들이 늘고 있다. 폴크스바겐의 이상엽, GM의 서주호, 도요타자동차의 권판수, 소니에릭슨의 김동규씨 등은 글로벌 기업에서 디자이너로 맹활약 중이고, 최민규, 김준현, 남상우씨 등은 생활용품 디자인에서 세계적인 수준이라는 평가를 받고 있다.

이전에도 해외 디자인기업에서 활동하는 한국인 디자이너들이 간혹 있었지만, 최근 들어 다양한 분야에 진출해 인정받는 젊은 디자이너들이 많아졌다.

디자이너들의 해외 진출은 일반적으로 권위 있는 국제디자인어워드 수상이나 국제디자인전시 참가 등을 통해 능력을 인정받아 해외 디자인기업이나 글로벌 브랜드 디자인팀에 취업하거나, 프리랜서로 일하거나, 디자이너 스스로 자체 브랜드를 만들어 상품을 수출하는 등으로 이뤄진다.

기술 수준이 상향 평준화되면서 소비자의 선택을 받아야 하는 기업 입장에서는 차별화된 기술 개발과 더불어 가장 중요한 요인으로 디자인을 꼽고 있다. 특히 소비자의 관여도(상품에 대한 소비자의 태도 수준)가 높은 자동차나 가전제품의 경우는 특히 디자인을 중시하는데, 이로 인해 글로벌 자동차 브랜드나 가전 기업 등에 우수성을 인정받은 한국의 젊은 디자이너들이 상당수 진출해 있다.

현재 폴크스바겐 아우디 디자인스튜디오 수석디자이너로 있는 이상엽씨는 '쉐보레 카마로'—한국에서는 영화 트랜스포머의 범블비로 더 익숙하다—디자인으로 유명하다. 제너럴모터스(GM)의 서주호씨는 2010년 '북미 올해의 디자인상'을 받은 인물이다.

도요타자동차 렉서스 디자인팀에 근무하는 권판수씨는 "외국인으로서 문화나 사물에 대한 사고방식, 혹은 생활습관이나 경험 등이 현지인과 다를 수밖에 없지만 이런 작은 차이가 업무에서는 또 다른 시점에서 사물을 볼 기회를 주는 것 같다"고 말했다. 그는 "오히려 남들과 다른 요소들을 장점으로 승화시킬 기회가 있다는 것이 외국 회사에서 일하는 좋은 점이 아닐까 하는 생각이 든다"고 말했다.

유명 국제어워드 수상으로 실력 인정받아

글로벌 자동차 분야에 이들이 있다면, 휴대폰 전문회사인 소니에릭슨의 UX 크리에이티브 디자인센터에는 시니어 인더스트리얼 디자이너로 근무하는 김동규씨가 있다.

그가 디자인한 가장 작은 스마트폰인 '엑스페리아 X10 미니'는 독일 '2010 레드닷' 등 많은 어워드에서 수상했다. 한국에서 외국계 디자인기업에 근무하기도 했던 그는 특유의 도전정신으로 국제적인 디자인전시에 꾸준히 참가해 자신을 알렸다고 한다.



디자인네트

유명 검색 사이트인 구글의 아트디렉트로 활동하고 있는 이지별씨. 자신의 작품 앞에서 포즈를 취했다.

최근 세계적인 디자인어워드에서 한국 젊은 이들의 수상 소식이 많이 들리고 있다. 영국 왕립예술대학에서 디자인을 전공한 최민규씨는 '폴딩 플러그 시스템'으로 영국에서 가장 권위 있는 디자인 어워드인 '2010 브릿 인슈어런스 디자인 오브 더 이어'에서 한국인 최초로 수상하기도 했다.

'폴딩 플러그 시스템'은 영국이 60여 년간 변함없이 사용하던 50밀리미터 두께의 플러그를 10밀리미터의 두께로 줄인 획기적인 디자인이다. 접이식인 멀티탭 플러그와 USB 충전기로 메인 보디에 3개의 기기를 연결할 수 있어 공간을 적게 차지한다는 장점이 있다. 현재 양산을 준


최민규

영국 왕립예술대학에서 디자인을 전공한 최민규씨의 '폴딩 플러그 시스템' 디자인.



이희복

모션 그래픽 디자이너 이희복씨가 만든 영화 〈스파이더맨 3〉 오프닝의 한 장면.

비하고 있으며, 향후 영국을 비롯해 아일랜드, 홍콩 등 영국식 플러그를 사용하는 국가들을 대상으로 상품화 할 계획이라고 한다.

우리에게 '무인양품'으로 잘 알려진 일본 생활용품 브랜드 '무지'가 매년 실시하는 '무지어워드'에서 '프리시스 스테이플러'로 동상을 받은 김준현씨는 일본의 '+d'라는 브랜드를 통해 '그린 핀'을 출시했다. 이 제품 또한 기존에 고수돼 오던 압정의 디자인을 새롭게 해석한 제품으로 시각적인 즐거움과 함께 압정이 떨어져도 침이 위를 향하지 않게 하여 안전성도 확보했다. 압정 5개 세트가 5백25엔으로 한 달에 2천~3천여 개 정도 판매된다고 한다.

김씨는 작년 9월 파리 '메종 오브제'에 '클리핑 스푼'이라는 새로운 디자인제품으로 참가해 현지 언론 및 바이어들에게 많은 관심을 받았으며, 현재 이탈리아 디스트리뷰터를 통해 수출을 준비하고 있다.

시각디자인과 패션계에 부는 디자인 한류

국내 생활소품 디자인 전문기업 어프리는 '리프-잇'이라는 점착메모지를 23개국에 수출하고 있다. 이 회사 남상우 대표는 "해외 바이어들이 최근 아시아의 맹주였던 일본의 제품보다 한국의 제품이 디자인 수준과 품질이 좋고 가격경쟁력까지 갖췄다"면서 "상대적으로 디자인 소품 시장이 열악하던 서유럽 시장에서 좋은 반응을 보이고 있다"고 말한다.

남 대표는 "특히 한국의 제품은 서양인들이 보기에 동양 특유의 서정성을 가지고 있다고 평가받는다"면서 "디자인 소비 선진국에서 매출이 증가 추세에 있다"고 한다. 어프리는 최근 '포레스트 북앤드(책꽂이)'를 5개국에 새롭게 출시했다.

최민규, 김준현, 남상우 이들 세 디자이너 성공의 공통점은 개인의 디자인 능력을 바탕으로, 서울디자인재단의 '우수디자인(아이디어)제품화', '해외마케팅지원', 한국디자인진흥원의 '차세대 디자이너' 사업 등 개인이 추진하기 어려운 해외 전시 참가나 아이디어를 상품화할 수 있도록 자금뿐만 아니라 다양한 형태의 케어프로그램으로 경쟁력을 갖출 수 있도록 국가 차원의 지원이 있었다는 점이다.

한국의 영화 산업도 눈부신 성장을 거뒀지만, 할리우드의 영향력은 아직도 크다. 기존 영화 제작 시스템은 오랜 기간 숙련된 능력이 필요해 외국인의 진입이 어려웠던 반면, 최근에는 특수효과나 시각디자인을 중심으로 한국의 젊은 디자이너들이 활약하고 있다.

미국의 프롤로그 필름에서 크리에이티브 디렉터로 근무하는 이희복씨는 〈스파이더맨〉과 〈닌자 어쌔신〉 등의 필름 타이틀 작업으로 우리에게 잘 알려져 있다. 그는 "미국에는 많은 수의 한국인 유학생이 있는데, 주인의식, 즉 CEO 마인드가 있어야만 외국에서 인정받을 수 있다"고 말한다. 또한 '론 커스텀'을 시작으로 현재 '준지'라는 브랜드로 세계 패션계에서 활약하는 디자이너 정욱준씨도 패션의 본고장인 파리에서 인정받으며 한류의 선봉에 서 있다.

유명 검색 사이트인 구글의 아트디렉터로 활동하는 이지별씨도 IT 본고장인 미국에서 활약하는 대표적인 한국인 디자이너다. 또한 최근 방송출연으로 유명한 광고전문가 이제석씨도 독창적인 아이디어로 광고를 제작해서 세계의 주요 광고제를 휩쓸기도 했다. 이 외에도 많은 젊은 디자이너가 세계를 무대로 활약하고 있다.

최근 한국의 젊은 디자이너들이 세계 무대에서 두각을 나타내고 있는 것은 한국인 특유의 창의성과 더불어 IT를 기반으로 정보에 대한 접근과 배포가 용이하다는 점 등이 다양한 환경에서 경쟁력을 가질 수 있는 장점으로 작용했기 때문이라고 생각한다. 이를 통해 상대적으로 디자인에 대한 수용이 자유로운 선진국을 중심으로 새롭게 한국의 젊은 디자이너들이 인정받고 있다. G

글 · 김홍일 (디자인네트 편집장)



조선DB

뽀로로를 만든 아이코닉스 직원들. 현재 〈뽀롱뽀롱 뽀로로〉는 전 세계 110개국에서 수출하는 효자 캐릭터로 자리잡았다.

110개국에 수출된 뽀로로 '초대박 캐릭터'

드라마에서 시작된 한류는 이제 K-pop뿐 아니라 애니메이션, 캐릭터, 게임 등 콘텐츠 시장으로 퍼지고 있다. 국내 콘텐츠 제작 업체들은 미국, 중국, 일본뿐 아니라 남미, 북미 등 해외 시장을 적극적으로 개척하며 신(新)한류 영역을 넓혀가고 있다.

배용준 · 김연아와 어깨를 나란히 하고 '한국 방문의 해' 홍보대사로 위촉된 '국민 스타'가 있다. 바로 '유아계의 아이돌'이라 불리는 '뽀로로'다. 전 세계 1백10개국에 수출돼 전 세계 유아들을 열광하게 하는 뽀로로는 분명히 '욘사마' 못지않은 한류스타다. 뽀로로는 잘 키운 콘텐츠 하나 열 스타 안 부러울 수 있다는 것을 단적으로 보여주는 '좋은 예'다.

애니메이션&캐릭터 분야에선 뽀로로(PORORO)와 뿌까(PUCCA)가 대표적인 한류로 꼽힌다. 2003년 유아를 대상으로 한 애니메이션 〈뽀롱뽀롱 뽀로로〉의 등장은 국내 애니메이션의 역사를 다시 쓰는 계기가 됐다. 뽀로로의 브랜드 가치는 3천8백93억원, 관련 제품 시장은 5천억원에 이른다.

국내 애니메이션으로는 처음으로 유럽 공중파 방송에 방영됐고, 지금은 1백10여 개국에 수출하는 효자 캐릭터로 꼽히고 있다. 이런 가운데 뽀로로를 제작하는 아이코닉스는 지난 1월 중국 베이징에 지사를 내며 세계 시장 진출에 더욱 박차를 가하고 있다. 조만간 법인 등록도 추진할 예정이다. 작년 국내에서 방영된 애니메이션 〈꼬마버스 타요〉도 올해 세계 시장에 선보일 계획이다.

뿌까 150여 개국 진출, 글로벌 마케팅

이에 비해 10~20대를 대상으로 한 뿌까는 캐릭터가 글로벌 패션 아이콘이 된 모범 사례로 꼽힌다. 뿌까의 제작사인 부즈는 지난 2003년부터 해외 시장에서 마케팅 홍보활동을 펼쳐왔다. 월트 디즈니, 워너브러더스와 같은 세계 메이저 회사들과 에이전트 계약을 맺고 유럽을 비롯해 아시아, 아프리카 등 1백50여 개국에 진출하는 데 성공했다. 라이선스를 통한 순매출만 1백50억원, 소매매출만 연 5천억원에 이른다.

2008년엔 남미 시장에 진출해 캐릭터 분야 1위를 차지하는 쾌거를 이룬 데 이어 작년부터는 북미 시장까지 공략하기 시작했다. 부즈의 배혜정 전략기획팀장은 "올해는 〈묘&가〉라는 애니메이션을 제작해 세계 시장 진출을 확대할 계획"이라고 전했다.

뽀로로와 뿌까 외에도 작년 한 해는 애니메이션&캐릭터, 게임 콘텐츠 관련 산업에 비약적인 발전이 있었던 것으로 평가되고 있다. 특히 홍콩 시장에선 라이선싱 계약 체결 소식이 이어졌다.

작년 4월 홍콩에서 개최된 '홍콩 선물용품박람회'에서 국내 캐릭터개발 제작 업체인 '캐릭터라인'과 홍콩의 '파워플라스틱엔터프라이즈'가 라이선싱 계약을 맺었다. 이를 시작으로 EBS 방영 〈치로와 친구들〉의 애니메이션 제작 업체인 '로이비쥬얼'은 5월 홍콩의 세계적 완구제조 업체 '실버릿'과 '로보카 폴리'의 토이 라이선싱 계약을 체결했다. 애니메이션 제작 업체가 방영 이전에 캐릭터 상품 제작·판매권에 관한 계약을 맺고 해외 수출하는 것은 드문 경우다. 당시 계약금만 5백억원에 달하는 것으로 알려져 화제가 됐다.

프랑스에선 한국 만화 마니아층 형성

한류의 새로운 영역을 개척해 가는 온라인 게임도 올해 성장이 더욱 기대된다. '라이브플렉스'는 대만의 온라인게임 기업 '엠이텔'과 자체 개발한 대형 온라인게임 '드라고나 온라인'의 대만, 홍콩, 마카오 지역 서비스를 진행하기 위한 계약을 체결했다. 게임개발업체 '시리우스 엔터테인먼트'는 홍콩 최고의 온라인 게임 기업 '게임사이버'와 계약을 체결, '라임 오디세이'를 올해 홍콩 게임 시장에 정식으로 선보인다고 밝혔다.

인도네시아에선 한국의 게임이 여전히 강세다. 최대 동시접속자 수 25만명에 이르는 1위 게임 '포인트 블랭크'를 비롯해 '라그나로크' '겟 앰프드' 등이 인기를 얻고 있다. 특히 인도네시아에서는 자체적으로 콘텐츠의 유통을 담당하는 퍼블리셔 회사인 PT.KREON이라는 한국계 회사가 있어 게임 한류 전파에 앞장서고 있다.

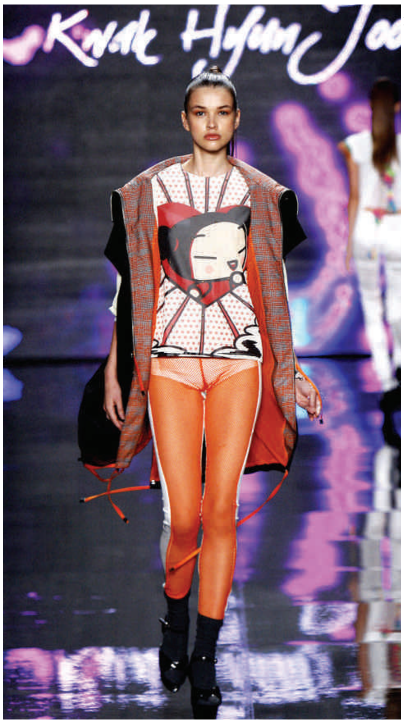
이 외에도 올해는 '테라' '블레이드앤소울' '아키에이지' 등 대작 게임들의 출시가 예정돼 있다. 중국과 일본을 비롯해 북미와 유럽 게임 시장에서 기다리는 게임들이라 수출 성과가 더욱 기대된다.

한국 만화가 '만화 강국'으로 통하는 유럽 시장에 잇달아 진출하는 것도 신한류의 흐름으로 꼽힌다. 만화를 예술로 치는 프랑스와 벨기에 등으로의 진출은 한국 만화의 위상이 확연히 달라지고 있음을 의미한다.

어린이에서부터 성인까지 만화 마니아층이 두껍게 형성돼 있는 프랑스의 만화 마니아 사이에선 'manhwa(만화)' 'BD 꼬레'라는 말이 생겨날 정도로 한국 만화와 애니메이션에 대한 관심이 고조되고 있다. 이를 증명이라도 하듯 2010년엔 한국 작가들의 수상소식과 전시가 이어졌다.

제37회 앙굴렘 국제만화 페스티벌에서 '앙꼬(최경진)'의 단편집 〈오늘은 없어(열아홉)〉가 경쟁부문 후보작으로 선정됐다.

'제16회 브줄 국제아시아 영화제'에선 전규환 감독 〈애니멀 타운〉이 심사위원 특별 언급상, NETPAC(Network for the Promotion of Asian Cinema, 아시아 영화의 프로모션을 위한 네트워크 상)을 수상했다. 만화가 박철호의 디지털 애니메이션 〈Seoul District(서울 디스트릭트)〉는 프랑스 예술 TV채널 'ARTE TV'를 통해 방영됐다. 〈Seoul District〉는 4월 13일 야후 프랑스 검색어 10위에 등극하기도 했다. 애니메이션 〈리틀리 팜〉은 제47회 프랑스 견본시장 MIP TV의 '콘텐츠 360(Contents 360)' 공모전에서 그랑프리를 수상했다.


뿌까는 캐릭터로 시작해 세계적인 패션아이콘이 됐다.

6월 18일~7월 17일에는 파리 오페라갤러리에서 캐릭터 '동구리' 권기수 작가 전시회도 열렸다. 〈피가로〉지 7월 10일자에 전시회와 관련한 소개 글이 기재되는 등 높은 관심을 끌었다.

글로벌 콘텐츠, 진출과 사후 관리 필요

이처럼 콘텐츠산업에도 신한류의 기류가 흐르고 있으나 이를 이어가기 위한 남은 과제도 적지 않다. 업계 관계자들은 "관련 산업의 성장 기반 조성을 위해서는 이를 뒷받침해 줄 수 있는 민간 합동 전략 수립 등 제도적 장치가 필요하다"고 입을 모은다. 한류 열풍에 따른 이른바 '짝퉁' 시장도 광범위하게 생겨남에 따라 이미 진출한 국내 콘텐츠의 라이선싱 관리도 대두되고 있다.

이에 문화부에서는 우선 국내 거점인 글로벌콘텐츠센터(GCC)를 운영해 상시 전담인력을 확보하고 마케팅 및 법률 상담을 지원하고 있다. 추후 관련 협의체와 함께 적극적으로 지원 계획을 추진해 나갈 예정이다. G

글·박근희 기자



조선DB

우리나라는 e스포츠의 글로벌 경쟁력 강화와 콘텐츠산업 육성기반을 마련하기 위해 e스포츠 국제대회를 개최하고 있다. 사진은 수원 정보과학축제의 e스포츠 경기에 나선 외국인 선수들.

e한국은 세계 게이머들의 성지

한류는 드라마나 가요에서만 찾을 수 있는 게 아니다. 세계 온라인게임의 종주국인 한국의 게임산업은 아시아와 유럽, 미국으로 코리안 파워를 떨치고 있으며 e스포츠로 거듭난 게임산업의 주역인 프로게이머들은 한류스타 대열에 합류하고 있다. 또 국제적인 e스포츠대회를 개최하는 우리나라는 세계 게이머들의 성지가 되고 있다.

게임에 관심 없는 사람도 한 번쯤 들어 봤음직한 이름이 '테란의 황제'로 불리는 프로게이머 임요환(31 · 슬레이어스)이다.

임요환은 우리나라 온라인게임 출범 초기인 1999년 제1회 SBS 멀티게임 챔피언십에서 우승하고 2001년 제1회 월드사이버게임 국가대표 선발전에서 우승한 이후 기록적인 승수를 쌓아 온 게임계의 전설이다.

그는 '프로게이머 한류스타' 1세대이기도 하다. 그가 게임에 참가할 때면 국내는 물론 국외에서도 팬들이 운집했다.

중국 베이징에서 열린 '2004 월드e스포츠게임즈(WEG)' 개최 당시 또 다른 한국의 프로게이머 스타 홍진호(29 · KT롤스터), 이윤열(27 · oGs) 등과 함께 WEG에 참가한 임요환은 공항에서부터 기자 수십 명의 취재공세와 더불어 수백 명의 팬이 운집해 사인을 요청하는, 연예인 못지않은 대접을 받았다.

톱클래스 게이머들 연예인 못지않은 인기

지금의 '톱클래스' 프로게이머 스타들도 마찬가지다. '최종병기'로 불리며 지난 2월 초 기준으로 12개월 연속 스타크래프트 부문 프로게이머 랭킹 1위를 지키고 있는 이영호(19 · KT롤스터)의 경우도 국내외에 다수의 팬을 확보하고 있다.

프로게이머에 대한 높은 인기도를 반영하듯 이영호는 2010년 4

월부터 대전 관광홍보대사를 맡고 있다.

게임 한류는 프로게이머의 한류와 더불어 게임산업의 한류, 그리고 게임산업을 바탕으로 한 e스포츠의 한류로 확장되고 있다. 현재 한국e스포츠협회에 등록된 우리나라 프로게이머는 약 4백명, 준프로게이머는 약 9백명에 이른다.

이보다 더 많은 젊은이들이 제2의 임요환이 되기를 꿈꾸고 있다. 프로게이머는 G20세대만의 '사이버 로망'이기도 한 것이다.

지금 40, 50대의 젊은 시절만 해도 부모 몰래 하는 오락에 불과했던 게임이 한국의 새로운 콘텐츠산업으로 확장돼 한류의 한 항목이 되고 있는 것은 온라인게임의 출현 때문이다.

온라인게임이란 인터넷을 통해 이뤄지는 게임으로, 가상현실 속에서 다른 상대와 게임을 즐기게 된다. 크게 하드디스크 드라이브에 프로그램을 설치해 두고 인터넷 서버에 접속해 즐길 수 있는 MUD게임과, MUD게임에 그래픽을 이용하여 시각적 효과를 더한 MUG게임으로 나눌 수 있다. MUG게임의 시초는 1994년 서비스를 시작한 넥슨의 '바람의 나라'이며 엔씨소프트의 '리니지'가 대표적이다.

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 발간한 '2010 대한민국 게임백서'에 따르면 2009년 우리나라 게임산업의 규모는 6조5천8백6억원에 이른다. 2008년 국내 게임산업의 수출 규모는 10억9백만 달러로, 영화의 52배에 달했다.

2010년 국내 게임산업의 규모는 전년 대비 18퍼센트 가량 늘어난 7조7천8백37억원에 달한 것으로 추산되고 있으며 2012년에는 10조원이 넘을 것으로 전망되고 있다.

게임산업 수출 10억 달러 넘어 영화의 52배

한국 온라인게임의 위상은 풍부한 경험을 바탕으로 한 다양한 콘텐츠와 서비스로 세계 시장에서 더욱 빛이 난다. 중국을 비롯한 아시아 대륙은 물론 북미, 유럽 대륙에서는 이미 한국 음식문화를 찾는 것만큼 자연스럽게 한국 게임을 즐기고 있다.

최근에는 콘텐츠산업 활성화 차원에서 국내에서 개최되는 e스포츠대회도 이어지고 있다.

경상북도는 오는 9월에 열리는 '제2회 세계e-스포츠대회(IeSF)' 개최지가 안동으로 최종 확정됐다고 2월 24일 발표했다.

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원, 국제e스포츠연맹 등이 후원하는 '세계e스포츠대회'는 사상 최대 규모의 컴퓨터게임 스포츠축제로 37개국에서 3백50여명의 임원 및 선수단이 참여한다.

제1회 세계e-스포츠대회는 지난해 1월 29~31일 32개국 2백70여명이 참여한 가운데 대구 EXCO에서 개최된 바 있다.

정식 대회로는 처음 개최된 이 대회에서는 2개의 정식 종목(워크래프트3, FIFA ONLINE2) 및 5개의 시범 종목(A.V.A, 그랜드체이스, 홈런배틀 3D, 2011 프로야구, 테라-영혼의 혼돈)으로 경기가 치러졌다.


조선DB

프로게이머계의 전설로 불리는 임요환.

세계e스포츠대회는 세계e스포츠 분야 최고 권위의 국제기구인 '국제e스포츠연맹'이 주최하는 초대 대회다.

국제e스포츠연맹은 e스포츠의 글로벌 경쟁력 강화와 미래 주도형 콘텐츠산업의 육성 기반을 마련하기 위해 우리나라가 2008년 8월에 발족한 국제기구다.

올해 국제대회 안동과 용인서 각각 열려

경기 용인시도 청소년들에게 건전한 게임문화를 정착시키고, 국내 게임산업 활성화를 위해 'IEF 2011 용인 사이버 과학 축제'를 오는 10월 개최한다고 2월 22일 밝혔다.

10월 7일부터 사흘간 치러지는 이번 대회는 사단법인 국제e스포츠축제(IEF) 조직위원회와 용인시가 공동 주최하며, 문화체육관광부와 경기도가 후원한다.

총 20개국 국가대표 2백여 명이 참여하며, 스타크래프트와 워크래프트3, 스페셜포스(종목 추가 예정) 등 3개 종목에서 우승자를 가리게 된다. 총 상금은 5만8천 달러다.

우승자에게는 1만 달러, 2위는 5천 달러, 3위 2천 달러가 주어지며, 스페셜포스 우승자에게는 1만4천 달러, 2위 7천 달러, 3위 3천 달러가 각각 전달된다.

이밖에도 대통령배 전국 아마추어 e스포츠대회 경기도 대표선발전과 전국로봇대회, 과학영재체험 한마당, 정보능력경진대회, 정보기술(IT)기업박람회, 디지털 여가문화 이벤트 등 다채로운 행사가 함께 진행될 예정이다.

문화체육관광부 게임콘텐츠산업과 박현경 사무관은 "우리나라 e스포츠는 10여 년의 짧은 기간 내 많은 산업적·문화적 성과를 거두었으며 향후 디지털 시대를 선도해 갈 유력 콘텐츠로 부상하고 있다"고 설명했다.

박 사무관은 "정부는 e스포츠 문화를 전 국민의 건전한 여가 문화로 발전시켜 대표적인 디지털 한류 브랜드로 육성해 나갈 계획"이라며 이를 위해 "2011년 양대 e스포츠대회의 성공적 개최를 적극적으로 지원할 것"이라고 밝혔다. G

글·박경아 기자


조선DB

2010년 7월 여름방학 동안 찌아찌아족에게 한글을 가르치러 가는 학생들이 교재를 들고 포즈를 취했다.


한글을 본뜬 상하이엑스포 한국관.

‘ABC’ 대신 ‘가나다라’ 배우자

한류 열풍은 드라마, 음악, 영화, 게임 등 다양한 콘텐츠를 양산했고 한국어 열풍까지 불러일으켰다. 드라마, 음악, 영화로 시작된 한글에 대한 관심은 한국어 교육으로 이어지면서 한국 문화 전체에 대한 관심으로 확대되고 있는 것이다. 이러한 한글에 대한 관심은 아시아뿐만 아니라 중동, 유럽으로까지 확산되고 있다.

한류 열풍과 함께 한국어를 배우려는 외국인들이 크게 늘고 있다. 단순하게 K-POP이나 드라마에 열광하는 것을 넘어서 한식, 한글 등에 대한 관심으로 이어지고 있다.

인도네시아 소수민족 ‘찌아찌아족’이 한글을 공식문자로 채택하는 사례까지 생겼다. 인도네시아에서는 2010년 처음으로 한국어 및 한국학 전공 졸업자를 배출했다. 또 많은 한국 기업이 진출함에 따라 한국어를 구사할 수 있는 현지인들을 채용하는 수요가 더욱 증가할 것으로 보인다.

“드라마 자막 없이 제대로 보자” 한국어 배우기 열풍

한국어를 배우려는 움직임은 드라마를 자막 없이 보기 위해서, 한국의 국력신장에 관심이 있어서, 한국계 기업에 취업하기 위해서 등 여러 가지 이유로 나타나고 있다. 홍콩의 경우 한글을 제2외국어로 선택하는 학생들이 늘고 있다. 홍콩의 유명가수 쳐텐은 한국어 가사로 된 ‘사랑해’라는 노래를 발표해 화제가 됐다.

몽골에서는 유치원생부터 대학생까지 전 세대를 아울러 한국어 열풍이 불고 있다. 한국어는 몽골어와 어순이 비슷해 배우기 쉽다는 점도 하나의 요인으로 작용하고 있다.

몽골에서는 한글날을 기념해 ‘한글 큰잔치’라는 행사를 각 대학에서 개최했고, 중·고등학생을 대상으로 한국어 올림피아드, 한국어 말하기 대회 등도 열었으며, 한국어 유치원까지 생겼다. 태국에서도 초등학생부터 직장인, 가정주부까지 한국어를 배우려는 사람이 늘었다.

방콕 시내에서는 한국어 학원을 쉽게 찾아볼 수 있다. 태국에서는 20여 개 대학에서 한국어를 전공이나 선택 과목으로 배울 수 있다.

중국의 경우 한국어과가 2004년 20여 개에서 2009년 1백40여 개로 늘었다. 한국기업에 취업하기 위해 한국어를 배우는 중국 학생들이 증가하고 있는 것이다.

아시아뿐만 아니라 중동·아프리카 지역과 동유럽까지 한국어의 인기가 확산되고 있다. 지난 2010년에는 중동·아프리카 한국어 말하기 대회가 이집트 아인샴스대 외국어대학에서 열렸다.

이집트뿐만 아니라 현재 중동·아프리카 지역에서는 모로코, 튀니지, 요르단 등 9개국 10개 대학에서 한국어 강의가 이뤄지고 있다. 요르단 대학의 경우도 한국학 센터를 설립하는 등 한국어를 적극적으로 받아들이고 있다.

〈가을동화〉〈겨울연가〉〈내 이름은 김삼순〉 등 한류 드라마에서 시작된 한류 열풍은 이집트에 진출한 한국 기업의 제품들과 함께 한국에 대한 관심을 고조시키고 있다.


연합



조선DB

2010년 7월 9일 서울 인사동 공예디자인문화진흥원에서 열린 한글디자인상품전.

헝가리 공중파TV에서 방송된 〈대장금〉이 최고 시청률 35퍼센트에 이를 정도로 큰 인기를 끌었다. 또 영화 〈왕의 남자〉 〈올드보이〉 등이 좋은 반응을 보이면서 2008년 헝가리 최고의 인문대학인 국립 엘테대학에 한국학과가 개설됐다.

폴란드의 명문 바르샤바 대학에서는 1983년 한국어과가 세워졌고, 불가리아, 루마니아 등의 대학에서도 한국어를 배울 수 있다. 이 밖에도 우즈베키스탄, 브라질, 멕시코 등에서 한국어가 한류를 가속화시키고 있다. 이와 함께 한국어능력시험(TOPIK)을 보는 외국인들도 많이 늘었다 한국어능력시험(TOPIK) 응시생 수는 1997년 시행 첫해보다 70배 가까이 증가했다.

한국어능력시험(TOPIK)을 주관하는 국립국제교육원에 따르면 응시생 수는 1997년 2천2백74명에서 2010년 14만9천6백50명으로 늘었다. 이는 한국 기업에 취직을 원하는 외국인의 수요가 많아졌기 때문이다. 그래서 한국으로 어학연수를 오거나 취업을 위해 찾아오는 외국인들도 크게 늘었다.

중동·동유럽까지 한국어능력시험·한국어과에 학생 몰려

이 같은 한글 배우기 열풍에 발맞춰 정부와 각종 민간단체들은 한국어 알리기 사업을 적극적으로 시행하고 있다. 학교, 학원 등을 만들어 한국어 교육을 실시하는 것에서부터 한글자원봉사, 한국어 펠로십 프로그램까지 다양한 형태로 실시되고 있다.

한국어세계화재단의 경우 한국어 보급사업의 일환으로 국내외에서 세종학당을 운영하고 있다. 세종학당은 가까운 중국, 일본, 몽골에서부터 미국, 러시아, 벨기에, 아랍에미리트까지 진출했다.

과거에는 재외동포, 유학생 중심으로 한글교육이 이뤄졌다면, 이제는 외국인 수요층이 많이 늘어 세종학당도 증가하는 추세다.

한국어세계화재단 세종학당부 권재욱 팀장은 "한국어 보급사업은 한류문화의 귀결점 중 하나"라면서 "한글은 단순한 언어에 지나지 않은 것이 아니라 하나의 브랜드라고 할 수 있다"고 말했다.

한국국제협력단(KOICA)에서는 자원봉사의 일환으로 한국어 교육을 실시하고 있다. KOICA 신민정 홍보관은 "국력신장으로 인해 한글에 대한 관심이 늘었다.

개발도상국에서 한국어 실력은 소득과 직결된다"면서 "관광가이드를 할 수도 있고, 산업연수생이 될 수도 있다"고 밝혔다.

이처럼 한글의 위상이 문화를 넘어 경제적 가치를 보이고 있다. KOICA 한국어 교육 자원봉사자가 늘면서, 한국어 단원으로 파견된 수는 첫해인 1991년 3명에서 2010년 1백23명으로 40배 이상 증가했다.

한글 열풍은 교육, 경제에만 영향을 미치는 것이 아니라, 패션 디자인, 공간 디자인, 예술, 무술 등 다양한 분야에 영향을 끼치고 있다. 지난 2010년 상하이엑스포에서 선보인 한국관은 한글을 통한 디자인으로 전 세계의 이목을 끌었다.

패션·전각 등 디자인으로 한글의 아름다움 뽐내

한국관은 상하이엑스포 개막 전 중국 언론에서 가고 싶은 국가관 5위, 미국 뉴스 사이트(huffington)에서는 최고 전시관 3위에 올랐다. 한국관의 모습은 한글 자모를 본뜬 형태로 꾸며졌다.

올 초에는 서울 인사동에서 한글의 아름다움을 세계에 알릴 '한글 디자인 명인전'이 개최됐다. 한글을 주제로 패션 디자이너 이상봉, 전각 예술가 정병례, 도예가 전성근, 디자이너 이건만 등이 한글을 디자인한 작품을 전시했다.

이들은 각각의 분야에서 한글을 소재로 작품을 제작해 해외에서도 이름을 얻고 있는 작가들로 패션, 도예, 애니메이션 등 다양한 작품을 선보였다.

사단법인 국제한글도무술협회는 우리말과 글을 세계에 알릴 수 있는 무술을 창안했다. 태권도, 합기도, 검도를 종합한 무술 '한글도'는 한글의 모음과 자음을 응용한 몸동작과 음양오행 같은 우주·자연의 원리를 이용했다.

현재 우리나라를 비롯해 독일, 벨기에, 네덜란드, 스페인, 프랑스 등 8개국에서 한글도를 배우는 수련생은 1만여 명이다. 독일의 경우 한글도를 가르치는 도장만 22개에 달하고, 5개 중·고등학교에서는 한글도가 정식 체육과목으로 채택됐다. G

글·이미령 인턴기자



해외문화홍보원

미국 공립학교 대항 태권도대회에서 최고 학교로 선정된 레베카 존슨 스쿨학생들이 지난해 6월 11일 뉴욕 타임스퀘어 광장에서 시범수업을 선보이고 있다. 뉴욕 한국문화원의 주요 사업 중 하나가 태권도의 미국 공교육 진출이다.

재외 한국문화원 한류전파 허브로

한류에 대한 국제적 관심이 급증하면서 한류확산을 지원하는 정부의 발걸음도 바빠지고 있다. 한류전파의 전초기지가 되고 있는 재외 한국문화원의 역할이 확대되고 각종 문화교류 행사도 지역별 특성을 살려 활성화된다. 또 한국 문화를 바로 알리기 위한 소셜미디어 운영이 강화되는 등 한류의 전파와 소통을 위한 다양한 정책적인 지원이 마련되고 있다.

지난해 3월 4일 중앙아시아의 카자흐스탄 수도 아스타나시 문화 중심가에서는 한국문화원의 개원식이 열렸다. 이날 개원식에는 이병화 한국대사, 무카하르 쿨-무하메드 카자흐스탄 문화공보부차관 등 한국과 카자흐스탄의 정·관계 및 문화예술계 주요 인사 2백여 명이 참석했다.

9백18제곱미터 규모의 카자흐스탄 한국문화원은 '최첨단 정보기술(IT) 강국 코리아'의 위상에 걸맞게 우리 기업이 생산한 최신 LED TV, 디지털 병풍, 홈 시어터 등이 설치돼 호기심이 가득찬 카자흐스탄인들이 한국 전통예술 공연물과 한류 드라마를 감상했다. 문화원 내부 어디서나 무선인터넷 서핑이 가능하도록 와이브로(Wibro) 시스템이 설치됐다.

이곳 한국문화원이 문을 연 것은 중앙아시아의 한류열기 확산에 부응하기 위해서다. 카자흐스탄에서는 1998년 이래 KBS의 〈첫사랑〉 〈가을동화〉, MBC의 〈다모〉 〈주몽〉, SBS의 〈올인〉 등에 이어 최근의 〈선덕여왕〉까지 우리 드라마가 카자흐스탄 주요 방송사를 통해 소개되면서 한류 붐이 불붙고 있다.

해외 인프라 확충 등 3개 틀에서 문화홍보

이곳은 개원 두 달 만에 한국어 교육과정 수강생 정원(2백명)을 다 채웠고, 수강희망 대기자 명단이 계속 늘어나고 있으며 우즈베키스탄, 투르크메니스탄, 타지키스탄, 키르기스스탄 등 주변 국가를 대상으로 한 한류열기 확산 지원에도 중추적 역할을 할 전망이다.

이처럼 한류전파의 전초기지 역할을 하고 있는 재외 한국문화원의 기능을 강화하는 등의 내용을 담은 정부의 한류 지원정책이 발

표됐다.

해외문화홍보원은 2월 23일 한국프레스센터 외신기자클럽에서 해외 문화홍보 분야의 대국민 현장업무 보고를 개최했다. '모든 정책은 현장으로부터 나와야 한다'는 정병국 문화체육관광부 장관의 정책기조에 따라 주한외국문화원장, 주한 상주 외신기자, 문화·예술계 인사, 각 분야 해외 홍보 전문가 등이 참석한 가운데 외신기자클럽에서 이뤄진 것이다.

이날 대국민 보고에 따르면 2011년 해외 문화홍보 정책은 ▲문화교류 해외 인프라 확충 ▲소통–나눔–협력의 문화교류 확대 ▲업그레이드 국가 이미지 확산 등 크게 3개 틀에서 주요 정책과제가 제시됐다.

관광공사 등 해외사무소 '코리아센터'로 통합

먼저 '문화교류 해외 인프라 확충' 방안으로 재외 한국문화원이 증설된다. 올 4~6월 호주·스페인·인도네시아·필리핀 문화원이 개원하고 하반기에는 인도·멕시코·터키·헝가리 문화원 신설이 추진된다. 올 상반기 4개국의 한국문화원이 개원하면 전 세계의 재외 한국문화원은 24개로 늘어난다. 2008년의 12개에서 3년 만에 두 배로 증가하는 것이다.

재외 한국문화원은 지역적인 균형배치를 모색하며 앞으로 28개 지역까지 확대된다.

재외 한국문화원 외에 '코리아센터'도 확대된다. 문화체육관광부는 2006년부터 문화, 관광, 문화산업, 스포츠 등 우리 문화콘텐츠를 통합적으로 홍보하고 분야를 망라하여 시너지 효과를 창출하기 위해 재외 한국문화원에 한국관광공사, 한국문화콘텐츠진흥원 등 문화부 관련 유관기관의 해외사무소를 통합시켜 코리아센터로 개편해 왔다.

2006년 미국 로스앤젤레스를 시작으로 2007년 중국 베이징과 상하이, 2009년 일본 도쿄에 코리아센터를 열었다. 정부는 오는 10월 미국 뉴욕 코리아센터를 착공하고 12월엔 싱가포르 코리아센터 기본계획을 수립, 두 곳 모두 오는 2013년 개원할 예정이다.

또 재외 한국문화원 프로그램도 현지 수요에 맞춰 업그레이드된다. 한류확산에 따라 폭발적으로 수요가 증가하고 있는 한국어 강좌가 활성화되며, 보다 체계적인 운영을 위해 '세종학당재단'으로의 이관이 추진된다. 한국문화원의 한국어 강좌는 2010년 전 세계 15개 한국문화원에서 6천8백95명이 수강했다.

이 밖에도 한복 입어 보기, 한글 이름 쓰기, 태권도, 한지공예 등으로 강좌를 다양화하고, 나라 수준에 따라 특성에 맞는 강좌를 운영한다. 문화예술 행사도, 일본 도쿄에서는 한국가요콘테스트, 미국 로스앤젤레스에서는 코리아필름 페스티벌, 프랑스에서는 한국음식축제, 베트남과 나이지리아에서는 태권도대회를 개최하는 등으로 지역 특성을 감안하여 시행한다.

'소통–나눔–협력의 문화교류 확대' 차원에서는 주요 문화교류 대상국을 선정해 수교 기념일과 같은 주요 계기를 맞거나 한국에서 G20 정상회의와 같이 세계적 이목이 집중되는 국제행사가 열릴 때 문화행사를 개최한다는 구상이다.

한류전파의 다리가 되어 줄 초청 연수 프로그램도 계속 이어진다. 문화예술, 미디어, 관광, 체육 전문가 초청 연수 및 문화체험은 2006~2010년 42개 기관 5백65명을 초청했으며 올해에는 37개국 70명을 초청하게 된다.

소셜미디어 운영 등 '한류 글로벌 네트워크' 구축

'업그레이드 국가 이미지 확산' 분야에서는 한류확산을 '프리미엄 코리아(품격 한국)' 이미지로 연결짓는 방안과 한류 및 한국 이미지 확산에 쌍방향 뉴미디어를 활용하는 방안에 힘이 실린다.

'품격 한국' 알리기 활동의 하나로 K-pop, 비보이, 태권도, 영화 등 국제적 호응도가 큰 트렌디한 현대문화를 중심으로 한국 대표 아이콘을 선정하고, 한국을 바로 알릴 수 있는 대표 주제를 선정해 국제학술회의를 개최한다.

현지 수요와 눈높이를 고려한 간행물들과 매력적인 코리아를 눈으로 볼 수 있는 영상물들이 제작돼 해외방영을 추진하며, 다국어 포털 '코리아넷(www.korea.net)' 서비스도 강화된다. 서비스 언어가 지금의 5개 국어에서 9개 국어로 늘어나며 CDN(Contents Delivery Network) 서비스를 도입, 접속 품질을 향상시키게 된다.

또 올 11월 한식 블로그를 한국의 현대문화 소개 블로그로 개편하고 소셜미디어 운영도 활성화해 국내외 문화교류 행사와 해외 한국문화원 소식을 생생하게 전달하는 소통 통로로 활용하면서 '한류 글로벌 네트워크' 구축에 나서게 된다. G

글·박경아 기자



해외문화홍보원

카자흐스탄 수도 아스타나에서 '찾아가는 한국문화원 홍보차량' 앞에서 기념촬영을 하는 국악청년문화봉사단. 우리 전통캐릭터로 래핑한 이 홍보차량은 카자흐 사람들에게 또 하나의 볼거리가 되고 있다.

한류 소비자 자존심 존중… 反한류 막자

채지영 한국문화관광연구원 책임연구원



한류에 이어 신한류까지 한국문화가 세계의 트렌드로 확산되고 있다. 한류는 이미 한국의 주요 '수출품목'에 오른 한국의 대표 상품이기도 하다. 한국 드라마와 K-pop을 거의 한국과 같은 '실시간대'로 세계인이 즐기는 상황을 반기면서도 한편으로는 '반한류'라는 그늘에 대해서도 주목하게 된다.

우리의 매스컴을 보면 반한류는 매우 중대한 현상이고, 우리는 그에 대한 대책이 없이 우왕좌왕하고 있다는 비난이 많기 때문이다. 그런데 반한류가 전 세계적으로 그렇게 강렬하게 퍼지고 있을까에 대해서는 생각해 보아야 할 문제다.

반한류 분위기 걱정할 만큼 심각하지 않아

얼마 전 필자가 '반한류 현황분석 및 대응방안 연구'를 한 결과, 다행스럽게도 반한류는 전반적으로 그렇게 염려할 만한 수준이 아니었다. 연구를 하게 된 계기가 반한류에 대한 우려와 대응책 마련 때문이었지만, 연구를 통해 확인한 것은 우리의 걱정이 너무 앞서가고 있다는 점이었다. 오히려 과도한 걱정으로 반한류를 오해하고 왜곡하고, 부적절한 대응책을 만들어내고 있는 것은 아닌지 우려할 정도로 말이다.

이번 연구는 일본, 중국, 태국, 인도네시아, 싱가포르 등 아시아 5개국을 대상으로 한국에 대한 언론 자료를 수집하고 그 안에서 반한류 자료를 찾아 검토하는 것으로 진행됐다.

일본의 경우 최근 6년간의 4대 일간지 한류 관련 기사를 검토했다. 그 결과 혐한류, 반한류에 관해 직접 언급한 내용은 전무했다. 4대 일간지 중 우익성향이 강한 〈산케이〉 신문의 경우 다른 일간지에 비해 한류에 관한 기사가 월등히 많은 반면(3년간 4천 건) 한국을 비판하는 글도 많이 게재됐다. 그러나 이 역시 대부분 한국의 정치 · 사회적 문제에 대한 비판이 주를 이루고 있었다.

한일 양국 간의 고질적인 적대감정 연장으로서의 반한류 정서는 신문이나 공신력 있는 TV 채널이 아니라 인터넷 게시판과 같은 통로를 통해 나타나고 있을 뿐이다. 오히려 이러한 정보를 한국 매스컴이 인용하여 기사화함으로써 일본 내 반한류 정서의 실체를 우리가 인정하는 양상이 되고 있으며, 우리 매스컴이 반한류를 앞장서서 확대 재생산하는 것 같아 안타까울 뿐이다.

중국의 경우 2000년대 초반부터 현재까지 발견되는 반한감정 중 한국의 문화콘텐츠에 대한 직접적인 비판은 거의 없다. 한국 대중문화가 청소년들에게 미치는 영향을 우려하기는 하지만 이는 익숙하지 않은 외국문화가 수입될 때 발생하는 일반적인 현상으로, 우리가 미국문화나 일본문화를 받아들일 때와 비교해도 매우 약한 편이다.

그러나 이번 연구를 통해 개선돼야 할 부분도 발견됐다. 해외 각국에서 한국문화가 유행하고 있음에도 불구하고 외국문화 수입에 폐쇄적인 한국인의 태도는 한류를 소비하는 중국인들 눈에 큰 모순으로 비치고 있기 때문이다.



해외문화홍보원

베트남 하노이의 한국문화원에서 회원들에게 무료로 개방하는 인터넷카페.

쌍방향 교류 높여 '일방적 추종' 우려 씻어야

또 한국의 스크린쿼터나 한류의 성공으로 자국문화 우수성에 도취된 듯한 태도는 과도한 민족주의로 해석되고 있어 우리의 자세에 대한 자성이 요구된다.

태국이나 인도네시아의 경우도 한류에 대한 직접적인 비난은 부재했다. 이들 지역에서 한국 대중문화는 현재 최고의 인기를 얻고 있어, 매스컴의 관심은 한국문화에 대한 소비자들의 관심과 호기심을 충족시켜 주는 데 초점을 맞추고 있다. 한국 연예인, 연예계 소식은 한국과 시간적 차이가 없을 만큼 매우 빠르게 기사화되고 있으며, 사회적으로도 매우 흥미로운 이슈가 되고 있다.

한편 자국의 대중문화보다 한류에 열광하는 자국 문화 소비 패



해외문화홍보원

K-POP 등 한류에 대해 보도한 싱가포르 신문들.

턴에 대한 반성적인 분위기도 조성되고 있으며, 한국문화 침투로 경쟁 심리가 발동하여 이를 계기로 긍정적인 발전을 꾀하고자 하는 경향도 나타나고 있다.

이러한 연구 결과를 종합한 결과, 한류가 가장 왕성하게 확산되고 있는 아시아 5개국에서는 한국의 대중문화에 대한 직접적인 비판이나 부정적인 여론, 즉 반한류 정서는 예상과 달리 심각하지 않았다. 드라마나 영화의 식상한 스토리 구성, 연예인 성형, 연예인들의 불성실한 태도 등 대중문화에 대한 부정적인 기사가 있기는 했으나 반한류로 규정하기는 어려운 수준이었다.

오히려 한국과의 정치·외교적 갈등, 한국인 관광객의 태도, 한국 내 외국 노동자나 외국인 신부에 대한 처우문제 등이 한국에 대한 부정적 기사의 대부분을 차지하고 있었으며, 이러한 문제가 역으로 한류에 부정적인 영향을 미치기도 했다.

이런 점을 볼 때 한류에 이어진 신한류 트렌드를 지속시키기 위한 우리의 과제는 명백해진다.

먼저 작게는 연예인들의 태도나 발언에서부터 크게는 그들 문화에 대한 이해까지, 우리 문화를 즐기는 해외 소비자에 대한 존중이 필요하다. 문화 소비란 정치·사회 문제와 같은 외적 요인에 의해 쉽게 영향을 받을 수 있기 때문에 세심한 주의와 대비책이 필요하다.

한류 붐은 현지 수요에 기반한 것이나 문화상품의 특성상 국가나 민족의 자존감에 상처받을 경우 그 소비에 직접적인 영향을 받을 수 있음을 인지해야 한다.

더불어 반한류 현상을 막기 위한 방어적인 정책보다는 한류로 촉발된 각 국가의 한국에 대한 관심을 상호 교류의 계기로 활용하는 적극적인 정책이 필요하다.

소수 반한류 여론을 우리가 확대재생산 말아야

한류 및 한국에 대한 자신들의 관심이 '일방적인 문화추종'에 그칠 것이라는 한류 수용국가들의 우려를 불식시키기 위해서라도 문화교류의 장은 보다 활성화돼야 한다.

산업 현장에서는 우리 문화 상품 수출에 적극적이어야 하지만, 우리 정부나 민간단체 등은 공격적인 한류 정책과 이벤트를 지양하고 쌍방향 교류에 보다 많은 관심을 기울여야 할 것이다.

덧붙여 국지적이고 비공식적으로 나타나는 소수 반한류 여론을 우리 매스컴이 앞장서서 확대 재생산하지 않도록 보다 신중한 태도가 필요할 것으로 보인다. 한류에 이어진 신한류가 세계의 바람직한 문화트렌드로 지속되기 위해선 개방적이고 태도와 쌍방교류에 대한 꾸준한 지원이 필요하다. G

"日 한류 중심축 아줌마부대에서 10대로"



K-POP, 스포츠 등 한류에 대한 해외 언론들의 보도가 잇따르고 있다.

문화체육관광부 해외문화홍보원(원장 서강수)에서는 지난 2월 17일 〈우리도 몰랐던 매력 KOREA · 아래 사진〉를 펴냈다. 이 책에는 외국 언론에서 본 한류, 스포츠, 한식 등에 대해 소개되어 있다.

먼저, 지난 1월 3일 프랑스 국영방송인 프랑스 2TV의 간판프로그램 〈세상을 보는 눈〉을 통해 한국을 집중 조명했다. 이 프로그램은 한류와 남북관계, 삼성전자, 기독교 등 4개의 주제로 2시간 가까이 한국을 소개했다. SM엔터테인먼트, 샤이니, 보아, 배용준, 겨울연가 촬영지, 부산국제영화제 등 한류 현장을 소개하면서 "이미 10년 전부터 한국문화는 아시아권에서 하나의 유행이 되었다"며 "이 현상이 바로 '한국의 물결'이라는 뜻의 '한류'로 불린다"고 설명했다.

미국의 뉴스전문 채널 CNN은 한류로 통칭되는 한국 대중문화가 아시아를 휩쓸면서 한국이 '아시아의 할리우드'로 올라섰다고 보도했다. 지난해 12월 31일 CNN은 "한류가 지난 10년간 일본에서 인도네시아까지 수백만 명의 팬이 원하는 엔터테인먼트를 대량 생산하고 있다"고 전했다. CNN은 2010년 5월 말 중국 상하이엑스포에서 열린 슈퍼주니어의 공연에 1만명 가까운 현지 팬이 몰린 사실을 한류의 인기를 드러낸 한 예로 꼽았다.

홍콩 언론선 "불고기 말고도 맛있는 한식 많다"

후지TV의 간판 정보프로그램 〈도쿠다네〉는 2010년 8월 16일 '일본 10대 여자 열광-신한류 여자 아이돌 돌풍'이라는 주제로 일본에서 불고 있는 한국 걸그룹 열풍을 소개하면서 "한류의 중심축이 40, 50대 중장년층에서 10대 여성으로 빠르게 이동하고 있다"는 분석을 내놓았다.

또 싱가포르의 〈더 스트레이트 타임스〉는 지난해 9월 8일자 'Turning the tables on a former master'라는 제목의 논설에서 한국이 과거 식민지배국이었던 일본을 상대로 형세를 역전시키고 있다며, 한류와 한국 기업의 경쟁력을 평가했다. 홍콩의 〈동방일보〉도 2010년 7월 27~28일 '한류, 일본 추월', '홍콩은 왜 못하는가'라는 제목으로 홍콩이공대학 중국 비즈니스센터 주임 토머스 찬 교수의 논평을 실었다. 찬 교수는 한국이 홍콩을 비롯한 동남아시아에서 한류와 함께 화장품, 패션 등 상품으로 큰 인기를 얻고 있다고 평가하면서, 홍콩도 한국을 배워야 한다고 강조했다.

한편 인도네시아의 유력 영자 일간지 〈자카르타 포스트〉는 2010년 10월 11~16일 열렸던 '한국-인도네시아 주간' 행사와 관련해 '한국: 태동하는 문화적 불가항력'이라는 제목으로 문화면 전면을 할애하여 한류를 심도 있게 보도했다.

한국 스포츠에 관한 외신의 관심도 눈에 띈다. 미국의 스포츠 전문 웹진 〈블리처 리포트〉는 "밴쿠버에서 한국이 거둔 성공은 대한빙상연맹이 과학적 분석에 막대한 투자를 했기 때문이다. 연맹은 이번 동계올림픽에서 보다 높은 기록을 달성하기 위해 자금을 투입했다"고 전했다.

태국의 국영 채널도 "스포츠 강국 한국의 성공 비결 중 하나는 한국체육과학교육원이다. 30년 역사의 연구소는 한국정부가 설립한 국책 연구기관으로서, 매년 2백억원의 정부 예산이 지원된다"고 했다.

한식에 대한 해외 언론의 반응도 뜨거웠다. 홍콩의 대표적 대중 일간지 〈빈과일보〉는 2010년 9월 15~28일 총 8회에 걸쳐 홍콩 최고의 음식평론가인 추아람의 '한국음식기행'을 연재했다. 홍콩에서 '식신'이라는 별칭을 가지고 있는 추아람은 '한국음식기행'에서 "중국 사람들은 한국 음식이 불고기 빼고는 먹을 것이 없다고 하는데, 이는 우물 안 개구리 같은 어리석은 생각"이라고 평가하면서 남도 음식을 중심으로 한식을 상세히 소개했다. G



글 · 서일호 기자



우리 가까이 111
국가안보는 생활입니다

행복도 지키는 것에서 시작됩니다.
111을 기억하세요.
우리 모두의 관심이 국가안보를 튼튼하게 만듭니다.

국가를 지키는 111

간첩, 좌익사범, 테러, 국제범죄, 산업스파이, 사이버안보위협
신고전화 111



민간인 출신으로는 처음으로 중앙공무원교육원 원장이 된 윤은기 원장. 그는 "공무원의 생각이 변하면 나라의 운명이 바뀐다"며 공무원 교육의 중요성을 강조했다.

윤은기 중앙공무원교육원장

"공무원이 생각의 틀 바꾸면 국민이 행복"

윤은기 원장은 민간에 있을 때 경영컨설턴트로 방송인, 저술가 등 다양한 활동을 하였다. 특히 시간을 돈으로 인식하고 효율적으로 사용할 것을 주장한 '시(時)테크' 이론의 창시자로 유명하다. 윤 원장이 취임하면서 변하고 있는 공무원교육 현장을 소개한다.

윤은기 중앙공무원교육원장이 공무원 교육에 새 바람을 일으키고 있다. 윤 원장은 작년 5월 민간인 출신으로는 처음으로 공무원 교육기관인 중앙공무원교육원의 원장에 취임했다. 이후 그는 '더 큰 대한민국, 국가인재의 산실'이라는 중앙공무원교육원의 새 비전을 선포한 후 교육체계와 내용을 전면적으로 개편하는 등 교육의 실질적 효과를 높이기 위해 노력해 왔다.

1949년 설립된 중앙공무원교육원은 7급·5급 신임공무원을 비롯해 과장과 국장급의 고위 공무원을 교육하는 기관으로 일종의 '공무원 사관학교' 같은 역할을 하는 곳이다. 윤은기 원장은 "공무원의 인격이 바로 국격(國格)이기 때문에 고위 공무원이 변하면 국가의 운명이 변한다"며 "막중한 사명을 가진 공무원교육원이 후방에서 지원하는 조직이 아니라, 앞서가는 조직으로 먼저 변해야 한다"고 말했다.

윤 원장은 우리나라의 대표적인 경영컨설턴트로 방송인, 저술가 등의 다양한 활동을 하였으며, IBS 컨설팅그룹 회장, 서울과학종합대학원대 총장 등을 역임했다. 특히 시간을 돈으로 인식하고 효율적으로 사용할 것을 주장한 '시(時)테크' 이론의 창시자로 유명하다.

대표적 경영컨설턴트로 방송인·저술가 등 활동

윤 원장은 취임 후 가장 먼저 교육방식부터 확 바꾸었다. 기존의 지루하고 딱딱한 교육 방식에서 벗어나 교육자들이 스스로 교육에 적극적으로 참여하게 하는 수요자 중심의 교육방식을 도입한 것이다. 먼저 본격적인 교육 시작 전에 교육의 집중도를 떨어뜨리는 지루한 강사 소개를 없애는 대신 공무원의 자긍심을 높이는 동영상을 상영했다. 그러자 딱딱하던 교육 분위기가 훨씬 활기차게 바뀌었다.

또한 최초 출석자나 열심히 강의를 들은 사람 등에게 각종 재미

있는 상을 주어 교육생들의 열띤 참여를 유도했다. 기존의 이론 중심의 강의를 현장을 직접 방문하는 체험중심 교육으로 전환하여 만족도와 수업의 몰입도를 높였다.

윤 원장은 "민간 분야에서는 오래전부터 활용되던 다양한 감성적 교육 서비스를 도입하자 학습 만족도와 몰입도가 높아지고 열띤 학습 분위기가 조성되었다"고 말했다. 윤 원장이 새롭게 도입해 좋은 반응을 얻고 있는 교육 중에는 '달인교실'도 있다. 모 TV 코미디 프로그램의 '달인' 코너에서 아이디어를 얻은 달인교실은 공직자의 열정과 프로정신을 일깨우고 전문성을 높이기 위해 개설한 교육과정이다.

이 달인교실의 강사로는 '제빵의 달인', '소시지 버거의 달인' 등과 같은 민간인 달인과 함께 '도난 문화재 회수의 달인', '소송 수행의 달인', '유전자 감식의 달인' 등 공무원 달인 등이 초빙된다. 윤 원장은 "달인교실은 자기 분야에서 최고의 경지에 오른 달인들의 열정과 도전정신을 공직사회에 접목하기 위해 개설했다"며 "공무원들에게 공직에 대한 자긍심과 의욕을 고취시키는 좋은 기회가 되고 있다"고 말했다.

윤 원장은 "이처럼 다양한 수요자 중심의 교육 프로그램이 경직된 공무원 조직의 한계를 극복하고, 공무원의 유연한 사고를 이끌어내 공직사회의 전문성과 경쟁력을 높이는 데 일조하고 있다"며 "이는 결국 대국민 서비스 향상으로 나타날 것"이라고 말했다.

공직자 사기와 의욕 높이는 프로그램 도입

윤 원장은 교육 프로그램의 효과를 높이기 위해 '심리학 자문단'을 구성했다. 11명의 심리학 전문가로 구성된 자문단은 교육 프로그램에 직접 참관하거나, 교육생들의 의견을 청취해 교육에 반영하는 등 교육 과정에 대해 다양한 자문을 하고 있다.

윤 원장은 지난 정권에서 소홀하게 다루던 공무원의 국가 안보관 강화에도 힘을 기울이고 있다. 이를 위해 윤 원장은 GOP 근무체험, 판문점, 평택 제2함대 방문, 현충원 참배, 독립기념관 견학 등의 현장체험 교육을 대폭 확대하고, 공무원의 올바른 역사관 정립을 위한 한국사 교육도 강화했다. 윤 원장은 중앙공무원교육원의 교육 목표로 '더 크게, 더 빠르게, 더 공정하게'를 내세우고 있다. 그는 이에 대해 다음과 같이 설명했다.

"'더 크게'는 부처 간의 칸막이를 뛰어넘어 국가 전체를 생각하고, 미래를 보는 힘을 기르자는 것입니다. '더 빠르게'는 새로운 지식은 빠르게 받아들이자는 것입니다. '더 공정하게'는 상생의 윤리를 바탕으로 공정사회를 위해 차별 없는 생각을 가지자는 것입니다. 저는 앞으로도 공직의 가치와 윤리, 국가관, 안보관 등 공무원 가치관 재정립을 위해 노력할 것입니다. 공무원이 생각의 틀을 바꾸면 국민이 행복해집니다." G

글 · 이상훈 기자

윤은기 원장 '경찰대학교 특강' 요약 (2월 18일)

더 큰 대한민국, 품격 높은 국가를 위하여

"생각이 바뀌면 행동이 바뀌고, 행동이 바뀌면 습관이 바뀌고, 습관이 바뀌면 운명이 바뀐다. 행동은 생각이 꽃피운 것이며, 기쁨과 고통은 생각의 열매다. 달콤한 과일을 열리게 하느냐, 쓰디쓴 과일을 열리게 하느냐는 그 사람의 생각에 달려 있다."(제임스 앨런)

이 말은 결국 사람의 생각이 가장 중요하다는 뜻이다. 사람의 생각을 바꾸는 것은 교육이다. 한 사람의 생각이 한 집안과 한 기업, 한 국가의 운명을 바꿀 수 있다. 60년 전 우리 대한민국은 세계 최대 빈국(貧國)이었지만 지금은 경제력 10위권의 대국이 되었다.

우리나라의 가장 큰 성공 요인은 '교육'이다. 우리나라의 최초의 국민 슬로건은 바로 '아는 것이 힘이다. 배워야 산다'(심훈의 상록수)였다. 우리나라의 대학 진학률은 현재 84%에 이른다. 공부를 법으로 금지(과외 금지)시키는 나라는 전 세계에서 우리나라밖에 없다.

앨빈 토플러, 피터 드러커 같은 세계의 석학들이 자신들의 이론을 가장 빠르게 적용하고 연구하는 나라가 한국이라고 고백한 적이 있다. 이런 우리나라에서 최고의 인재 집단이 바로 공무원이라고 할 수 있다. 공무원에 대한 교육이 바로 나라의 운명을 바꾸는 것이다.

나는 교육 중에도 '생각을 바꾸는 교육'이 중요하다고 강조한다. 빠르게 변화하는 세상에서 생각을 바꾸지 않으면 살아남을 수가 없다. 생각을 바꾸는 데 있어 '생각의 속도'도 중요하다.

앞으로 이 세상의 성공법칙은 바로 '빠른 자'냐 '느린 자'냐의 차이가 결정할 것이다. 그래서 내가 쓴 책이 '시테크'에 관한 것이다. 나는 시테크에서 스피드 경영의 중요성을 강조했다.

대한민국의 성공신화는 빠른 학습으로부터 기인한다. IT기술이 발전하면서는 우리나라는 모든 것이 더욱 빨라진 '패스트(Fast) 사이클' 국가가 되었다. 이제 기업은 고객이 원하는 것보다 더 빨리 생각해야 생존이 가능하다. 공무원 조직도 마찬가지다. 공무원이 '반 박자'만 빨리 움직이고 사고하면 대한민국의 경쟁력이 높아진다.

기업이 공직사회에 가진 최대의 불만은 바로 '발목 잡기'라는 것이다. 기업은 반드시 필요한 것인데도 공무원에게 요구하면 규정을 내세워 "마냥 기다리라"고 한다며 불만을 표시한다. 하지만 가만 생각해 보면 거기에는 반드시 기다려야 할 이유가 없는 경우가 많다.

공무원이 생각을 바꾸면 나라의 운명이 바뀐다. 이제 공무원들은 부처를 넘어서 더 큰 대한민국, 국가 전체를 생각하는 사고를 가져야 한다. 대한민국 공무원의 '생각의 주기'는 정권의 주기인 5년에 맞춰져 있다. 하지만 우리가 지속가능한 성장을 이루기 위해서는 공무원이 5년 주기의 생각에 갇혀서는 안 된다. 공무원은 10년, 20년, 30년 앞을 내다보는 생각을 해야 한다.

기업은 성과를 위해 빠르게 움직이지만, 공무원은 그렇지 못할 때가 많다. 공무원은 5년만 참으면 모든 것이 지나갈 것이라고 생각하고 변화하지 않으려는 속성이 있다. 그것이 복지부동이다.

이제 우리의 젊은 공무원들이 이런 전통적인 공직사회의 생각을 바꿔나가야 한다. 선진국 진입을 앞둔 우리가 원하는 것은 물리적인 영토확장이 아니다. 품격 높은 국가가 되는 것이다.



2011년도 광주·전남지역 징병검사가 지난 2월 14일부터 일제히 시작됐다. 올 징병검사대상자는 만19세가 되는 1992년도 출생자다. 사진은 수검자들이 혈압측정를 하고 있는 모습.

징병검사, 개인별 맞춤형으로 확 바뀐다

기본검사 후 정밀검사 대상자 따로 분류해 공정성·신뢰성 높여

징병검사 방식이 기존에 일률적으로 진행되던 것에서 개인별 맞춤형으로 대폭 개선됐다. 이에 따라 좀 더 정밀하고 공정한 징병검사가 가능해졌다. 또한 병역면제 사유도 대폭 강화해 현역 판정을 받았다가 재검을 통해 보충역이나 면제 대상자가 된 사람은 '병역처분변경 심사위원회'의 심사를 받아야 한다.

2011년도 징병검사가 지난 2월 14일 시작돼 오는 11월 30일까지 전국 지방병무청별로 실시된다. 징병검사는 병역이행의 첫 단계로서 병무행정의 가장 기본적이고 중요한 과정이다.

과목별 전문의 자격을 가진 전담 의사가 병역의무자의 건강상태를 정밀 검사한 결과 등을 종합하여 현역, 보충역, 제2국민역, 병역면제 등 개인별 병역이행 형태를 결정한다.

올해 징병검사 대상자는 35만6천여 명으로 만 19세가 되는 1992년도 출생자와 그 이전 출생자 중 징병검사연기 사유가 해소된 사람이 해당된다.

징병검사는 원칙적으로 지방병무청장이 지정하는 일자와 장소에서 받아야 하지만, 본인이 징병검사 일자와 장소를 선택하여 검사를 받을 수 있으며, 가까운 지방병무청을 선택하여 검사를 받는 것도 가능하다. 주소와 실거주지가 다른 학생과 학원수강생, 직장인 등은 실거주지 관할 지방병무청에서 검사를 받을 수 있다.

정밀검사 대상자 별도 분류해 편의성 높여

1970년 병무청이 창설된 이래 지난 40여 년간 수검자 전원 일률적으로 모든 과목을 검사하던 징병검사 체계를 올해부터는 신체 건강한

사람과 정밀검사가 필요한 사람으로 구분하여 검사하는 선택과 집중 방식의 징병검사 체계로 바꾸었다.

먼저 모든 수검 대상자에게 심리검사, 혈액·소변검사, 방사선검사, 신장·체중 측정, 혈압 및 시력 측정 등 기본검사를 시행한다. 검사 결과가 나오면 그다음 본인이 작성한 질병상태문진표, 지참한 진단서 등을 참조하여 신체 건강한 사람과 정밀검사가 필요한 사람을 분류한다.

신체가 건강한 사람은 수석전담의사의 검진을 받아 신체등위를 판정받고, 정밀검사가 필요한 사람은 해당 과목 전담의사에게 정밀 신체검사를 받고 나서 신체등위를 판정받는다.

이처럼 개인별 맞춤식 정밀 징병검사를 통해 병역처분의 공정성과 신뢰성이 높아지고, 과목별 신체검사 대기시간이 줄어들어 수검자들의 편의성이 증진될 것으로 기대된다.

최근 병역고의면제 범죄자가 '병역처분변경 신체검사'에서 대다수 발생함에 따라 이에 대해서는 '병역처분변경 심사위원회'를 신설·운영한다.

특히 최초 징병검사에서 현역대상 처분을 받았다가 일정기간이 지난 후 병역처분변경원 신체검사에서 보충역 또는 면제처분 대상으로 바뀐 사람에 대하여는 질병의 발생원인 등을 철저히 조사하여 합당한 병역처분을 함으로써 병역면탈을 원천적으로 차단하게 된다.

'징병신체검사 등 검사규칙'을 일부 개정해 신체등위판정 기준을 악용한 병역고의면제 원인을 차단하고, 의료환경 변화에 따른 질병 평가기준을 합리적으로 개선해 신체검사의 공정성과 형평성을 높였다.

'고의적 치아 발치'를 악용한 병역고의면제 방지를 위하여 치아결손 사유 5급 면제 기준을 50점 이하에서 28점 이하로 강화해 치아가 결손된 사람도 대부분 병역의무를 이행하도록 했다.

'인공디스크 치환술'을 받은 사람은 척추의 운동성이 유지되는 것을 감안하여 기존의 5급 면제에서 4급 보충역으로 판정한다. 안경 착용 등으로 시력교정이 가능한 근시·원시·난시 등 굴절 이상은 전원 현역입영 대상으로 판정하게 된다.

반면, '조기 위암·대장암' 환자에 대해서는 암 관리의 필요성을 반영하여 3급 현역입영 대상에서 4급 보충역으로 판정하도록 변경하였다.

국제화 시대에 걸맞게 외관상 명백한 혼혈인에 대해서 제2국민역으로 편입하던 제도를 폐지하고 전원 징병검사를 받아 그 처분결과에 따라서 병역 의무를 이행한다.

징병검사는 건강에 비교적 무관심한 젊은이들이 무료로 건강검진을 받을 기회가 되고 있다. 병무청이 수검자 전원에 대하여 혈구검사 및 후천성면역결핍증(AIDS) 검사를 시행하는 등 국민 건강검진 차원의 신체검사를 병행하고 있기 때문이다.

'치아 결손' 대부분 병역의무 이행

수검자들의 다양한 질환에 대하여 병무청이 보유한 의료장비인 컴퓨터단층촬영(CT)이나 자기공명영상촬영(MRI) 등으로 정밀 신체검사를 하고 있고, 그 결과 신체등위 4~6급으로 판정된 사람에게는 CT, MRI 자료를 제공한다. 질병이 있는 사람은 질병 치료방법을 징병신체검사결과통보서에 기록하여 제공하는 등 대국민 건강 서비스를 강화했다.

징병검사결과 중학교 졸업학력 이상으로 1~3급으로 판정받은 사람은 현역으로 입영하고, 4급은 보충역, 5급은 제2국민역, 6급은 병역이 면제되며, 7급은 신체검사를 다시 받게 된다. G 글·이상훈 기자



2011년 달라지는 징병검사

내용	종전(2010년도)	개선(2011년도)	비고
징병검사 체계개선	–	신체 건강한 자와 정밀검사자 구분, 신체검사 실시	신체검사의 공정성 확보
병역처분변경 심사위원회 설치 · 운영	–	병역처분변경원 신체검사자 중 병역처분 변경대상자는 심사위원회 회부 · 심사처리	병역면탈 예방
병역처분변경 심사위원회 설치 · 운영	수지과다증(엄지 쪽) : 5급	수지과다증(엄지 쪽) : 4급	의학발달 반영 병역면탈 예방
	굴절 이상 근시 (–12.00D 이상) : 4급 원시 (+4.00D 이상) : 4급 난시 (+5.00D 이상) : 4급	굴절 이상 근시 (–8.00D 이상) : 3급 원시 (+2.50D 이상) : 3급 난시 (+3.00D 이상) : 3급	
	족지강직 : 5급	족지강직 : 4급	
	인공디스크 치환술 : 5급	인공디스크 치환술 : 4급	
	메니에르병 내림프강 강압술 : 5급	메니에르병 내림프강 강압술 : 4급	
	치아 저작기능평가 점수 50점 이하 : 5급	치아 저작기능평가 점수 28점 이하 : 5급	
	조기위암, 조기대장암 : 3급	조기위암, 조기대장암 : 4급	국민편익 증진
	–	악성종양(암) 환자는 해당 검사과만 검사 후 신체등위 판정	
혼혈사유 제2국민역편입 폐지	외관상 명백한 혼혈인에 대하여 출원에 의한 제2국민역 편입	폐지 –단, 1991년 12월 31일 출생자까지는 제2국민역 편입	국제화 반영



'사랑의책나누기 운동본부' 민승현 본부장

"'책 읽는 군인' 국가경쟁력 제고 직결"

사랑의책나누기 운동본부는 전국 2천1백46개 부대에 병영도서관을 세우려고 한다. 1999년 1사단 '전진도서관'을 시작으로 지금까지 72개를 설립했다. 각 분야의 전문가를 강사로 초빙하는 '병영 아카데미', 장병들뿐만 아니라 지역 주민도 함께 즐길 수 있는 '문화 페스티벌' 등도 운동본부가 하고 있는 주요 활동들이다.



한준호 기자

사랑의책나누기운동본부 민승현 본부장은 "군대를 자기계발을 할 수 있는 곳으로 만들어보자는 생각을 했고 그 중심에 책이 있었다"고 말했다.

"한국군은 세계 최고의 학력을 가지고 있습니다. 그러나 군에 가면 새로운 지식과 정보를 얻을 수 없어 머리가 정지되고 퇴보한다는 생각을 많이 합니다. 그래서 저는 지적으로 왕성한 시기의 이들에게 책을 읽을 기회를 마련해 주는 일을 하게 되었습니다.

사회와 단절되어 2년의 시간을 보내는 국민의 군대, 그 중심에 독서를 필수과정으로 놓아, 독서를 통해 길러진 그 인재들이 국가발전에 기여한다면, 그것이 바로 병사의 자기계발은 물론 국가경쟁력을 높이는 일이고 돈으로 환산하기 어려운 경제적 가치를 지니는 일입니다. 이를 위해 국민의 도움이 절실합니다."

1999년 사랑의책나누기 운동본부(이하 운동본부)의 민승현 본부장과 우연한 자리에서 이야기를 나누던 송영근 당시 육군 제1사단장은 "1사단 20여 개 전 대대에 시범적으로 병영도서관을 만들어 보는 게 어떻습니까"라는 제안을 했다.

민 본부장은 "진학과 취업을 위한 공부에 떠밀려 독서가 이미 '딴 짓'이 되어 버린 사회환경에서, 사회와 단절되어 최초로 인터넷과 떨어지는 군대야말로 손에 책을 쥐는 습관을 들일 수 있는 절호의 기회이며, 독서 인구를 늘릴 수 있는 황금어장이기도 하다"고 했다.

1999년 7월 육군 제1사단 통신대대 '전진도서관' 개관을 시작으로 병영도서관 건립운동은 급물살을 탄다. 운동본부는 2000년 사단법인으로 공식 발족했고, 현재에 이르기까지 병영도서관 건립 국민운동을 꾸준히 펼쳐 오고 있다.

육군 1사단 등 병영도서관 72곳 개소

이후 10여 년간 운동본부가 설립한 병영도서관은 72개소. 주로 대대 단위 부대의 신청을 받아 병영도서관을 만드는데, 수많은 신청부대 가운데 운동본부가 개관할 곳을 선정하는 우선순위 기준은 '열악함'이다.

운동본부는 도서관 개관을 위해 부대를 찾을 때 책만 들고 가지는 않는다. 이들이 군인들에게 전달하고자 하는 것은 '책과 문화가 있는 병영'이기에 다양한 문화행사도 함께 연다.

장병들이 좋아하는 작가와 저자를 초청해 독서에 대한 관심과 이해를 높여 주는 '작가·저자와의 만남', 성공한 CEO와 각 분야의 전문가를 초청해 진취적 자기계발의 기회를 제공하는 '병영 아카데미', 장병들뿐만 아니라 지역 주민도 함께할 수 있는 연주회, 공연, 시사회 같은 '문화 페스티벌' 등도 운동본부의 주요 활동들이다.

또 2007년 시작된 '소외지역 군 강사 문화멘토사업'은 독서를 통한 지적인 군인 육성에 기여하는 것을 넘어서서, 군인이 사회에 다시 기여할 수 있는 지식나눔 프로그램이다.

문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 복권기금 등과 함께하는 이 프로그램은 다양한 재능을 가진 군 장병들이 사교육의 손길이 닿기 힘든 농어촌 산간 지역의 어린이와 청소년들을 위한 방과 후 강사로 나서는 프로그램으로, 구석구석에 보다 촘촘히 책과 문화가 스며드는 형태로 진행된다. 군관민이 함께하는 선순환의 대표적 성공사례 중 하나라고 할 수 있다.

이렇게 병영문화 개선을 위해 노력하고 있는 운동본부지만, 가장 어렵게 느끼는 것은 기증도서의 확보다. 현재 교보문고가 7~8년간 어학과 자격증 취득에 필요한 전문서적을 지원하고 있으며 개인 기증자들의 참여도 계속되고 있지만, 민간단체의 노력만으로는 어려움이 많다.

운동본부 사무실 작은 공간도 경인방송 대주주이기도 한 영안모자 백성학 회장의 후원으로 마련됐다. 이삿짐을 나를 때 가장 어려운 일이 책을 나르는 일임을 경험해 본 사람은 누구나 안다. 그나마 이곳저곳을 전전하는 일이 줄어든 것만 해도 다행이지만 수익이 나지 않는 일을 한없이 지속하기란 쉽지 않은 일이다.

그러나 민 본부장은 "대부분이 영세한 우리 출판시장의 현실을 누구보다도 아는 제가, 출판사의 도서지원을 바라는 것은 바람직하지 않다는 소신을 가지고 있습니다. 병영도서관에 대한 특별법도 마련되어 있으니, 예산확보를 위한 정부의 관심을 이끌어 내는 캠페인을 지속하고 있는 겁니다.

2천여 개 대대에는 한 곳당 3천 권 정도의 기본 도서가 필요한데, 아직 그게 안되기에 우리가 불쏘시개 역할을 하고 있는 겁니다"라고 말한다.

부대로 가는 도서의 대부분은 후원금으로 구매한 책들이다. 운동본부가 권장하는 기증도서는 자신이 읽고 남들에게 추천하고 싶은 도서, 대중적이면서도 깨끗하게 읽은 책이라면 대환영이라고 한다. "많은 분이 기증에 관심을 갖고 연락을 주지만, 정작 기증한 책을 보면 군부대로 보낼 수 없는 책이 많다"며 "오래된 고서나 밑줄을 가득 친 책들, 시기가 너무 지난 전문서적 등은 마음만 고맙게 받을 수 밖에 없다"고 한다.

운동본부에서는 출판된 지 5년 이내의 책만 받는다. 어학교재와 만화책도 가능하다. 운동본부 직접 방문도 환영이고, 택배나 퀵서비스를 이용, 착불로도 받는다. 운동본부에 연락을 하면 직접 책을 가지러 가기도 한다.

운동본부의 핵심목표는 단순한 도서기증과 문화행사만이 아니라 온 국민이 군인들을 위한 문화와 학습의 여건을 마련해 주는 사회분위기를 조성하는 것이다.


사랑의책나누기 운동본부

2010년 12월에 있었던 이사회 후, '사랑의책나누기 운동본부' 이사진이 장병들과 기념촬영을 하고 있다.

대한민국의 건강한 청년이라면 누구나 가야 하는 군대. 하지만 많은 젊은이가 사회와 격리된 군대라는 환경 속에서 학업이나 직업적으로 도태될지도 모른다는 불안감을 느끼곤 한다.

운동본부는 이러한 분위기를 해소하고, 군에서도 충분한 자기계발과 문화체험을 할 수 있는 여건을 마련해 주는 것이 국가와 국민을 위해 헌신하고 희생하는 이들에게 국민이 담당할 최소한의 역할이라는 것이다.

병사의 자기계발 환경조성은 국민 몫

민 본부장은 "군 장병들 모두가 우리의 아들, 형제, 애인이므로 이들을 위한 자기계발 환경 조성에 관심을 가져야 하는 건 국민들"이라며 "제대한 젊은이들이 국가발전의 주축이 될 수 있도록 국가와 국민 모두가 군대문화 발전을 위해 동참해 줬으면 좋겠다"고 말한다.

2011년 운동본부는 보다 다양한 형태의 병영독서운동에 박차를 가하고 있다. 이미 경기도와 함께 육군 제6군단 예하 제5사단, 28사단에 군용트럭을 개조해 만든 '독서마차'가 책을 가득 싣고 GP GOP를 찾고 있으며, 그간의 성과를 바탕으로 올해 이 프로그램을 더욱 확대해 나갈 계획이다.

한편 운동본부에서 의욕적으로 추진하는 사업이 또 하나 있다. 그것은 신세대 장병들의 눈높이에 맞춘 신개념 병영매거진 발간이다. 군대는 매년 30만명의 젊은이가 입대해 사회와 단절되어 2년여의 시간을 보내는 곳이다. 하지만 시장성이 없다 보니 대한민국 60만 장병을 위한 전문 매체 하나 없다는 것이 아쉬운 현실이기도 하다.

이에 운동본부는 60만 장병을 성원하는 국민과 함께 호흡하며, 군 생활 2년여의 기간을 인생의 황금기로 전환시켜 다시 사회에 성공적으로 나올 수 있도록 길잡이 역할을 해 줄 전문매체를 상반기에 내놓는다는 계획이다. 문화의 사각지대를 대상으로 문화의 씨앗을 일구어 가는 운동본부의 활동이 기대된다. G

글·서일호 기자

문의 02-465-5417 **'사랑의책나누기 운동본부' 홈페이지** www.booknanum.org

설문대할망은 오름을 빚고 오름은 제주인의 삶을 빚었다

제주도는 참 신비한 섬이다. 해마다 서너 차례씩 제주를 찾지만 똑같은 모습을 만난 적이 없다. 바다는 바다대로, 뭍은 뭍대로 봄·여름·가을·겨울이 다르다. 유명 관광지에서 한 발짝 벗어나 마주치는 제주의 색다른 모습들은 가슴 찡한 감동으로 다가온다.



갈대 너머로 보이는 용눈이오름. 용눈이오름의 매력 중 하나는 크고 작은 오름과 한라산이 겹쳐 보인다는 점이다.

가장 제주다운 풍광을 꼽으라면 아마도 오름일 것이다. 높지도 낮지도 않은 구릉이 이리저리 이어진 제주도의 동쪽 들녘은 오름의 천국이다. 높은오름, 돛오름, 다랑쉬오름, 아끈다랑쉬오름, 채오름, 거문오름, 샘이오름, 윗밤오름, 알밤오름, 용눈이오름 등 수없이 많은 오름들이 흩어져 있다.

차를 타고 가다 보이는, 평지에 불쑥 솟아오른 것들은 다 오름이다. 오름과 오름 사이에 길이 있고 밭이 있다. 오름 위에는 말과 소가 풀을 뜯는 목장이 있고, 산담을 두른 무덤이 있다. 그래서 제주 사람들은 오름에서 왔다가 오름으로 돌아간다고 한다.

오름은 '오르다'의 명사형인데 기생화산을 뜻하는 제주 사투리다. 제주 설화는 '설문대할망'이 오름을 빚었다고 전한다. 설문대할망은 육지와 왕래하기를 열망했던 제주 사람들에게 속옷 한 벌만 만들어 주면 육지까지 다리를 놓아 주겠다고 약속했다.

하지만 속옷 한 벌을 만드는 데는 명주 1백 동이 필요했는데 제주 사람들은 99동밖에 모으지 않았다. 마지막 1동을 모으는 사이에 설문대할망은 치마폭에 흙을 담아 다리를 놓는 작업을 했는데 이때 흘러내린 흙덩이가 오름이 됐다.

제주 사람들의 삶의 터전 오름

오름은 북제주군 조천면 교래리 일대에 많이 몰려 있지만 구좌읍 종달리 일대에도 많다. 다랑쉬오름을 비롯해 아끈다랑쉬오름, 손자오름, 용눈이오름 등이 몰려있는데 이들 오름이 울창한 삼나숲과 푸른 당근밭, 검은 돌담과 어우러져 빚어내는 풍광은 제주가 아니면 만날 수 없다.

가장 많이 찾는 오름은 용눈이오름이다. 남북으로 비스듬히 누운 모습이 용을 닮았다고 해서 이름 붙었다. 모두 3개의 봉우리가 있는



데 등성이마다 왕릉 같은 새끼봉우리가 봉긋봉긋하다. 오름의 형세가 용들이 놀고 있는 모습이라는 데서 용논이(龍遊), 또는 마치 용이 누워 있는 형태라는 데서 용눈이(龍臥)라고도 불린다.

오름에 오르기는 어렵지 않다. 대부분의 오름은 높이가 3백미터 내외. 넉넉잡고 20~30분이면 오른다. 용눈이오름 역시 마찬가지. 주차장에서 용눈이오름 능선까지는 10분 거리. 능선을 한 바퀴 도는 데도 20분이면 충분하다.

용눈이오름의 수많은 매력 중 하나는 능선 너머로 다랑쉬오름, 둔지오름, 따라비오름 등 중산간의 크고 작은 오름과 한라산이 다정한 이웃처럼 겹쳐 보인다는 점이다.

경계를 나누고 검은 돌담 속 밭에는 당근 새순과 마늘이 푸르게 돋았다. 멀리 동쪽으로 성산포와 우도가 아스라이 보이고 김녕과 세화를 잇는 해안도로 변에 놓인 풍차가 힘껏 돌아간다.

오름에 올라 보면 오름이 단순한 흙덩이가 아니라는 사실을 알 수 있다. 제주 사람들은 오름 자락에서 생을 일구었다. 불을 놓아 화전을 만들었고 말과 소를 쳤다. 사냥도 오름 자락에서 이루어졌다.

오름은 산 사람뿐만 아니라 죽은 이들의 몸도 넉넉하게 받아 주었다. 제주 사람들은 죽어 오름에 뼈를 묻었고 제주의 맑은 햇빛과 세찬 바람 속에 누웠다. 용눈이오름에도 산담을 두른 무덤들이 가득하다.

가장 아름다운 오름, 다랑쉬오름

용눈이오름 건너편으로 손에 잡힐 듯 다랑쉬오름이 가깝다. 다랑쉬라는 이름은 산봉우리의 분화구가 마치 달처럼 둥글게 보인다 하여 얻었다. 동쪽으로 뜨는 달이 좋아서일까, 일명 월랑봉(月郎峰)이라고도 하는데, 매끈한 곡선과 가지런한 외형으로 '오름의 여왕'으로도 불린다.

다랑쉬오름은 3백82미터로 꽤 높은 오름에 속한다. 등산로 입구에서 정상까지는 가파른 풀밭을 지그재그로 올라가야 한다. 하지만 20~30분이면 충분히 오를 수 있다.

정상에 오르면 시야가 확 트인다. 북서쪽으로 비자림과 돋오름, 남동쪽으로 용눈이오름, 중산간의 풍력발전소 등이 잘 보인다. 멀리 제주의 북쪽과 동쪽 해안까지 아스라이 눈에 들어오기도 한다.

발 아래로는 커다란 분화구가 까마득히 내려다보인다. 분화구는 산의 외형과는 반대로 깔대기 모양으로 움쑥 패어 있는데, 다랑쉬오름의 분화구 깊이는 백록담과 같은 1백15미터, 바닥은 지름 30미터 정도 된다고 한다.

분화구는 제주도 말로 '굼부리'라 한다. 제주도 전설에 등장하는



올레 제1코스 말미오름에서 바라본 풍경. 푸르른 당근밭이 끝없이 펼쳐진다.



다랑쉬오름에 오르다 보면 마치 화성에 온 듯한 기분을 느낄 수 있다.

설문대할망이 치마로 흙을 나르면서 한줌씩 집어 놓으며 간 것이 수많은 오름이 되었는데, 봉우리가 너무 두드러져서 손으로 탁 쳐서 패게 한 것이 너무 깊게 패었다고 한다.

분화구 바닥은 화산재로 가득 차 있다. 물이 고일 새가 없다. 초봄에는 분화구 바닥에서 안개가 피어오르기도 한다. 분화구 바닥 중앙에는 삼각형 형상의 돌담이 빙 둘러져 있다. 그나마 물이 고이는 곳이어서 경작을 했던 곳으로 짐작된다. 사람 발길 따라 번식한다는 익모초가 돌담 안쪽으로 무성히 자라나 있다.

다랑쉬오름은 주차장~화구륜~분화구~화구륜 일주~주차장 코스로 걷는다. 소요시간은 주차장에서 화구륜까지 20~30분, 분화구 바닥까지 내려갔다 올라오는 데 30분, 화구륜을 한 바퀴 도는 데 30분, 화구륜에서 주차장까지 20분으로 잡으면 된다.



다랑쉬오름 가는 길. 쭉 뻗은 길은 드라이브 코스로도 좋다.

오름의 또 다른 모습 만날 수 있는 '두모악'

한 바퀴 돌아본다 해도 총 2시간 정도면 여유가 있다. 오름 주변에서 물을 구할 곳이 전혀 없다는 것을 알아두자. 바람이 많이 부는 날이면 패러글라이딩을 하는 젊은이들이 즐겨 찾기도 한다.

다랑쉬오름 옆으로 아끈다랑쉬가 있다. 둘째라는 뜻의 제주말인 '아끈'을 붙인 아끈다랑쉬는 다랑쉬 못지않게 아름답다는 뜻이다. 아끈다랑쉬는 둘레 약 6백미터, 깊이 10미터 정도의 분화구를 숨기고 있다.

제주의 바다와 오름을 함께 즐기고 싶다면 올레 제1코스 트레킹을 권한다. 시흥리 시흥초등학교에서 시작해 말미오름과 알오름을





길에 핀 노란 유채가 여행객을 반긴다.

거친다. 이어 종달리와 시흥 해안도로, 성산일출봉을 거쳐 광치기 해안에 닿는데 약 15킬로미터에 달한다.

오름에서 바라보는 동쪽의 일출봉과 우도 조망은 세계 어디에 내놓아도 빠지지 않을 만큼 아름답다. 오전 9시경 출발한다면 천천히 걸어도 오후 2~3시경이면 충분히 마칠 수 있다. 평탄한 길이 이어지기 때문에 그다지 힘들지 않다.

오름의 또 다른 모습을 만날 수 있는 곳이 있다. 평생 제주의 산과 오름, 들판, 바람을 카메라에 담다가 루게릭병에 걸려 세상을 떠난 사진가 고 김영갑의 갤러리 '두모악'이다. 갤러리 안에는 김씨의 작품이 빼곡히 걸려 있다. 오름과 초원을 담은 그의 사진을 보면 마음이 차분해진다. 작품 하나하나가 나지막한 목소리로 제주의 아름다움을 들려준다.

"중산간 광활한 초원에는 눈을 흐리게 하는 색깔이 없다. 귀를 멀게 하는 난잡한 소리도 없다. 코를 막히게 하는 역겨운 냄새도 없다. 입맛을 상하게 하는 잡다한 맛도 없다. 마음을 어지럽게 하는 그 어떤 것도 없다. 나는 그런 중산간 초원과 오름을 사랑한다."(김영갑) G

글과 사진 · 최갑수 (시인 · 여행작가)

여 · 행 · 정 · 보

가는 길_오름은 북제주군 구좌읍 종달리, 송당리 일대에 모여 있다. 16번 도로와 1112번 도로가 만나는 구좌읍 송당4거리가 오름관광 기점이다. **김영갑 갤러리**(064-794-6600)는 12번 국도를 타고 가다 신풍리와 성산읍 사이 '삼달'이란 이정표를 보고 들어간다. 마을 한가운데에 있는 폐교로, 자칫하면 지나치기 쉽다.

먹을 곳_고기국수는 제주만의 별미. 잔칫날에 먹던 음식인데 돼지뼈를 고아 우려낸 육수에 면을 삶고 그 위에 돼지고기를 올려낸다. **삼대국수회관**(064-759-6644)이 유명하다.

제주의 별미는 싱싱한 갈치요리. 어른 손바닥 두께의 갈치는 소금구이와 조림, 회로 먹는다. 제주시 수협 옆에 있는 **물항식당**(064-753-2731)이 유명하다.

기타_제주관광정보(www.jejutour.go.kr)에서 다양한 관광, 숙박, 식당 정보를 구할 수 있다. 제주 올레(www.jejuolle.org)에서 각 코스에 대한 소개와 지도 등 다양한 정보를 얻을 수 있으니 참조하자.

여행커뮤니티 포털사이트인 올댓월드(allthatworld.com)가 출시한 '제주올레' 앱은 아이폰으로 주변을 촬영하듯 비추면 현재 위치를 인식해 주변의 정보를 검색하는 '증강현실'(AR) 기술로 올레코스를 설명해 준다. 맛집, 숙박, 쇼핑, 레저 정보도 얻을 수 있다.

"생필품도 이젠 가격 비교하고 사세요"

한국소비자원 가격정보 사이트 '티프라이스 (price.tgate.or.kr)'

한국소비자원이 운영하는 '티프라이스'는 주요 생필품에 대한 가격정보를 제공하는 사이트다. 티프라이스에서 자신이 주로 이용하는 수퍼마켓, 할인점, 시장에서 파는 생필품 가격이 다른 곳에 비해 얼마나 싼지 비싼지 간단히 비교할 수가 있다.



조선DB

지난 2월 10일 정부지정 생필품을 중심으로 가격동결 및 가격인하를 시작한 이마트 용산점을 찾은 고객들이 라면을 고르고 있다. 가격정보 공개 등은 유통업체 간 가격경쟁을 유발하기도 한다.

작년부터 최종 판매업자가 가격을 정하는 오픈프라이스제(Open price)가 도입되어 같은 제품이라도 지역이나 판매점 형태에 따라 가격이 천차만별이다. 알뜰 소비를 위해서 생활필수품에 대한 가격정보를 꼼꼼히 챙겨야 하는 시대가 온 것이다.

한국소비자원(원장 김영신)이 운영하는 '티프라이스'(price.tgate.or.kr) 사이트를 활용하면 자신이 사는 지역의 생필품 가격을 다른 곳과 쉽고 빠르게 비교할 수 있어 소비생활에 도움을 받을 수 있다.

티프라이스는 생필품에 대한 가격정보와 동향을 제공하는 사이트로 대형할인점, 백화점, 수퍼, 전통시장, 편의점 등에서 판매되는 주요 생필품 80개 품목에 대한 가격정보 서비스를 제공하고 있다.

아직은 8개 시도(서울, 경기, 인천, 대전, 대구, 광주, 울산, 부산) 135개 판매점의 가격정보만 제공하고 있지만, 점차 그 품목과 판매점 수를 늘려나갈 계획이다. 현재 가격정보는 매주 1회 업데이트된다.

티프라이스에서는 생필품 가격을 지역별, 판매점별, 기간별로 비교하여 볼 수 있다. 또한 곡물, 육류, 생선류, 낙농품 등 품목별 평균가격과 가격 변동폭을 확인할 수 있다. 가격정보를 주 단위로 관찰 가능하므로 상품별로 가격의 오름세와 내림세도 파악할 수 있다.

특정 품목에 대해 브랜드 간 가격을 비교해 저렴한 상품을 선택하는 데 도움을 받을 수 있고, 상품에 관한 할인행사 정보도 확인이 가능하다.

지방공공요금(11종: 상하수도, 도시가스 등)과 개인서비스요금(10종: 미용실, 목욕료 등)에 대한 정보를 매월 제공하고 있다.

장은경 한국소비자원 가격조사팀장은 소비자원이 가격정보를 제공하는 이유에 대해 "인터넷상에 수많은 가격정보가 있지만 대부분 상업적인 목적으로 제공되는 것이기 때문에 소비자가 믿을 수 있는 가격정보는 오히려 부족하다"며 "상품구매와 선택에 필요한 신뢰도 높은 정보(품질과 가격 비교 등)를 제공하는 것이 국가 소비정책상 중요하기 때문"이라고 밝혔다.

8개 시도 135개 판매점 비교…점차 대상 확대

티프라이스(T-Price)는 'Trust Price for Consumers'의 약자로 '소비자를 위한 신뢰성 있는 가격정보'를 의미한다. 장 팀장은 "신뢰성 있는 생필품 가격정보 제공은 유통업체 간 가격 경쟁을 유발해 물가 안정에도 기여하고, 소비자의 합리적인 소비생활을 유도할 수 있다"고 말했다.

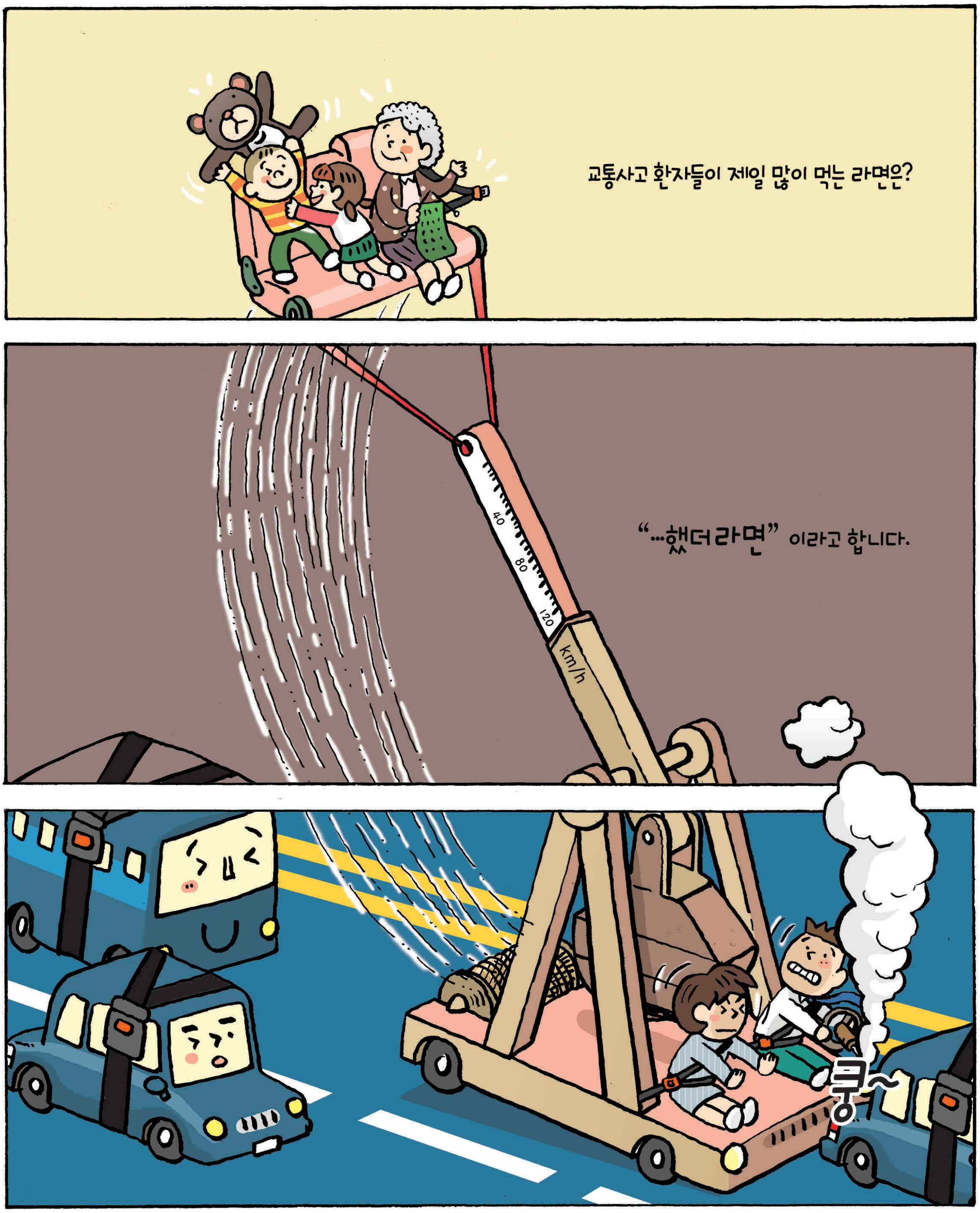
또한 생필품의 가격을 지속적으로 모니터링할 수 있기 때문에 물가 불안 요인에 대한 정부의 대비책 마련도 쉽다는 것이다. 기업과 유통업체 입장에서는 소비 생활에 가장 중요한 가격정보를 제공함으로써 소비자의 신뢰를 얻고, 기업 이미지 제고라는 효과를 얻을 수 있다고 한다.

한국소비자원은 앞으로 티프라이스를 '실시간 판매가격정보 제공'이 가능한 사이트로 발전시켜 가격, 품질, 거래조건 등에 대한 원스탑 정보가 제공되는 '소비자 정보 포털'로 만들겠다는 계획이다. 현재 스마트폰에서는 SK텔레콤의 T스토어에서 어플을 제공하고 있다. G

글 · 이상흔 기자

했더라면

구성 | 권우영
그림 | 안종만



오는 3월 31일부터 자동차 전용도로에서는 뒷좌석 승객도 안전벨트를 의무적으로 매야 합니다.
모든 좌석 안전벨트, 선택이 아닌 필수입니다.



설앤컴퍼니

브로드웨이 겨냥 강렬한 사랑, 열렬한 무대 〈천국의 눈물〉

미국 브로드웨이를 겨냥한 뮤지컬 〈천국의 눈물〉이 국립극장 해오름극장에서 공연 중이다. 〈천국의 눈물〉은 브로드웨이 진출을 목표로 3년에 걸쳐 완성된 프로젝트다.

세계적 작곡가인 〈지킬 앤 하이드〉의 프랭크 와일드혼, 〈멤피스〉, 〈스위니토드〉, 〈와일드 파티〉로 연출상을 수상한 가브리엘 베리, 토니상 수상자인 무대 디자이너 데이비드 갈로 등이 참여해 완성도를 높였다.

조성모의 '아시나요' 뮤직비디오에서 한국군과 베트남 여인의 사랑을 담은 7초의 장면을 모티브로 작가를 꿈꾸는 순수한 병사 준(김준수, 정상윤, 전동석), 그가 사랑하는 클럽가수 린(윤공주, 이해리), 권력을 이용해서라도 린을 차지하려는 그레이슨 대령(브래드 리틀)의 강렬한 사랑 이야기가 드라마틱하게 펼쳐지며 감동을 선사한다. G

정리 · 이미령 인턴기자

일시 2011년 3월 19일까지 **장소** 국립극장 해오름극장 **관람료** 1층석 13만원, 2층석 8만원, 3층석 3만원 **문의** 02-501-7888

2월 셋째주 가온차트 가요 인기순위

가온차트는 국내 주요 음악서비스사업자와 이동통신사에서 제공하는 음악서비스의 온라인 매출데이터, 국내 주요 음반유통사 · 해외 직배사의 음반 판매량 데이터를 모아 주간단위로 집계해서 순위를 발표합니다. 〈위클리공감〉에서는 이번 주부터 가온차트 인기가요 순위표를 싣습니다.

	곡명	가수
1	**나만 몰랐던 이야기**	아이유 (IU)
2	**Black & White**	G.NA
3	**Someday** (드림하이 OST)	아이유 (IU)
4	**톡톡** (Tok Tok) (Feat. Soya)	마이티 마우스
5	**사랑하면 안될까** (드림하이 OST)	창민 & 진운 (2AM)
6	**Dreaming** (드림하이 OST)	김수현
7	**내꺼중에 최고**	에이트 이현
8	**잔혹동화**	아이유 (IU)
9	**샤이보이** (Shy Boy)	시크릿 (Secret)
10	**못 잊은 거죠**(If) (드림하이 OST)	박진영

전시 프랑스 국립 베르사이유 특별전

프랑스 베르사유 궁 소장품 84점이 한국을 찾았다. 프랑스 절대왕정의 전성기를 이끌었던 태양왕 루이 14세부터 루이 16세와 마리 앙투아네트에 이르는 유럽 왕실 문화부흥기를 엿볼 수 있다.

일시 2011년 3월 6일까지 **장소** 예술의전당 한가람미술관 **관람료** 일반 1만3천원, 청소년 1만원, 어린이 8천원, 만 65세 이상, 국가유공자 · 장애인 및 동반자 5천원 **문의** 02-325-1077~8



예술의전당 한가람미술관

콘서트 25주년 기념 이승철 전국투어 콘서트 오케스트 Rock

라이브 황제 이승철이 데뷔 25주년을 기념해 전국투어 콘서트를 연다. 이번 공연에서는 대규모 오케스트라와 밴드 '황제'가 함께 이승철의 명곡들을 클래식 & 락으로 연출한 화려한 무대를 볼 수 있다.

일시 2011년 3월 12일 **장소** 의정부 실내체육관 **관람료** VIP석 9만9천원, R석 8만8천원, S석 6만6천원, A석 5만5천원, 장애인 · 국가유공자 20% 할인 **문의** 02-2233-1755


아이의 눈물을
닦아주세요.
아이는 벌써 몇 시간째
뙤약 볕 거친 길을 맨발로 걸어왔지만
좀 쉬었다 갈수도,
걸음을 늦출 수도 없습니다.
영양부족으로
점점 숨이 옅어지는 동생에게
이 물이라도 먹이고 싶습니다.
참고, 또 참았던
눈물이 흘러내립니다.
막내 동생마저 잃을 순 없습니다.
지금 이순간에도…
아프리카의 수 많은 아이들이
굶주림으로 죽어가고 있습니다.
당신의 '나눔'으로
이 아이의 눈물을 닦아 주세요.
사진. 박찬학